

Materialsamling

Borgersamling om Fremtidens Turisme

Februar 2026



Nationalmuseet
National Museum of Denmark

STORYHUNT

WE DO
DEMOCRACY

wonderful
copenhagen



Co-funded by
the European Union

Materialesamling: Borgersamling om Fremtidens Turisme

Redaktion: Borgersamlingens tredjepartssekretariat v. We Do Democracy

Indhold: We Do Democracy, Københavns Kommune,
Wonderful Copenhagen og borgersamlingens ekspertgruppe

Layout: Sasil Knage

Forsidefoto: Jacob Lisbygd

Fotos: We Do Democracy og Copenhagen Media Center

Udgivet: Februar 2026

Indhold

DEL 01

Læsevejledning.....4

Forord fra København Kommune
og Wonderful Copenhagen6

Information om Borgersamlingen7

En borgersamling som en
del af projektet "CULTIGEN" 10

DEL 02

Københavns Kommunes introduktion
til fremtidens turisme i København..... 12

Wonderful Copenhagen's introduktion..... 15

DEL 03

Introduktion til ekspertgruppen..... 20

Ekspertgruppens bidrag 20

DEL 04

Guidelines for borgersamlingen 38



Læsevejledning

I denne materialesamling kan du finde viden om turisme i København udvalgt af borgersamlingens ekspertrådgivere og af Københavns Kommune og Wonderful Copenhagen, som er modtagere af borgersamlingens arbejde. Derudover kan du læse mere om projektet og metoden bag borgersamlinger.

Du bestemmer selv, hvordan du vil bruge materialesamlingen:

- Læs det hele igennem
- Brug den som opslagsværk i løbet af din deltagelse
- Følg links og henvisninger, hvis du vil dykke dybere ned i materialet.

Vi håber, at du har lyst til at bladre dette hæfte igennem inden Borgersamlingens første møde. Hvis du ikke når det, så er det ikke noget problem. Der vil være oplæg med viden på møderne og du har mulighed for at efterspørge, læse, kigge og spørge til mere viden gennem hele processen. Materialesamlingen er dit redskab i processen – brug den, som det giver mening for dig.

Vi glæder os meget til at arbejde sammen med jer.

God læselyst!

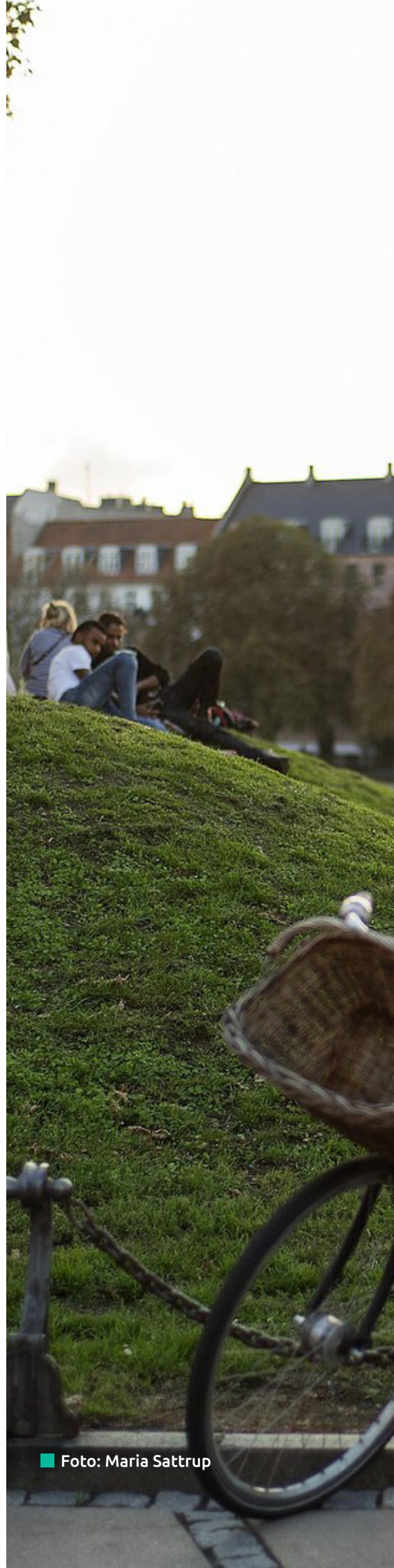


Foto: Maria Sattrup



Forord fra Københavns Kommune og Wonderful Copenhagen

Kære medlem af Borgersamling om Fremtidens Turisme

Tak fordi du har sagt ja til at deltage i borgersamlingen. 40.000 kø-benhavnere blev inviteret, og 36 borgere er udvalgt – du er en af dem.

Med borgersamlingen inviterer vi borgere med i samtalen om, hvordan turismen skal udvikle sig, så København bliver ved med at være en god by både at bo i og besøge.

Turisme er en del af hverdagen i København. Den skaber liv, ar-bejdspladser og oplevelser, men den kan også fylde uhensigts-mæssigt og give udfordringer, som opleves forskelligt rundt om i byen. Derfor er det vigtigt, at turismens udvikling ikke formes af strategier og tal alene, men vi også inddrager dem, der bor og lever i byen.

Fremtidens turisme kræver engagement, dialog og fælles ansvar – og plads til flere perspektiver end dem, der ofte fylder mest i debat-ten. Derfor har vi inviteret dig. Vi har brug for din viden, dine erfa-ringer og dine overvejelser.

Borgersamlingen skal bidrage med flere stemmer i samtalen om turisme. Ikke for at finde én rigtig løsning, men for at blive klogere på, hvad der er vigtigt for københavnerne, og

hvilke hensyn der bør veje tungest, når vi taler om turismens rolle i byen fremover.

Vi har brug for netop dit perspektiv på:

- hvad turismen bidrager med
- hvor og hvornår den kan opleves som en udfordring
- hvad vi ikke bør give køb på i byens udvikling

Det, som du og de andre deltagere kommer frem til, vil blive brugt i det videre arbejde med at forme rammerne for fremtidens turisme i København.

Turisme er et vilkår for en storby og en hovedstad, men den kan ud-vikle sig på mange måder. Derfor er det vigtigt, at flere deltager i samtalen om, hvilken retning vi ønsker, at turismen skal bevæge sig i, og hvordan turismen kan fungere med og understøtte hverdagsli-vet i byen.

Vi ser meget frem til borgersamlingens anbefalinger. Din stemme er vigtig.

Tusind tak for din deltagelse – og rigtig god arbejdslyst!

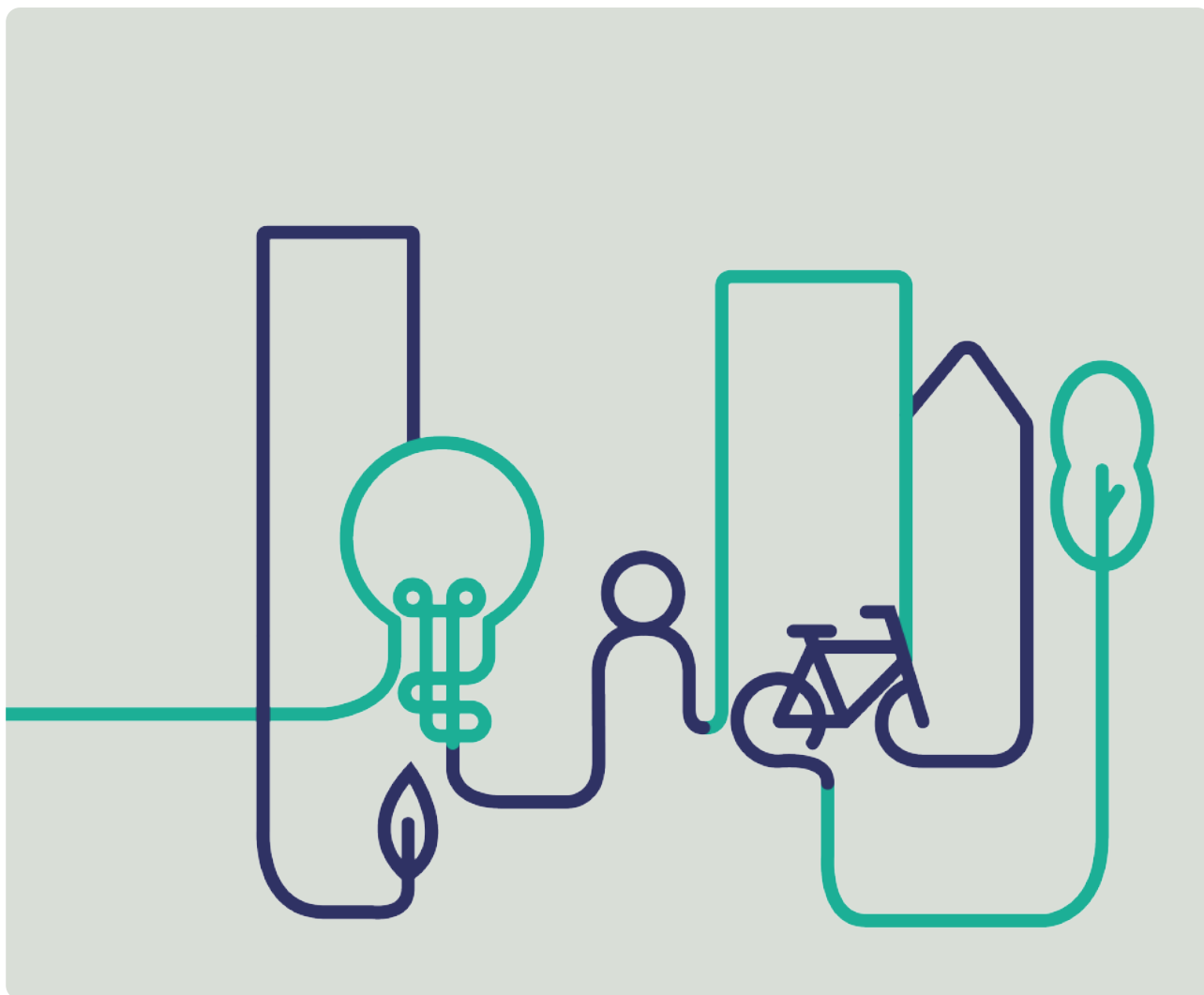
Venlig hilsen

Christopher Røhl

Kultur-, fritids- og borgerserviceborgmester,
Københavns Kommune

Søren Tegen Pedersen

Administrerende direktør, Wonderful
Copenhagen



Borgersamlingens kerneopgave

Københavns Kommune og Wonderful Copenhagen har i samarbejde med borgersamlingens ekspertgruppe stillet jer en kerneopgave, som jeres anbefalinger skal svare på. Det er denne opgave, som I skal huske på ved alle jeres samtaler og skriveprocesser for, at jeres anbefalinger bliver mest brugbare.

Kerneopgaven lyder følgende:

Det forventes, at antallet af turister i København stiger i fremtiden, og det kan medføre både muligheder og udfordringer.

Det kan skabe muligheder for økonomisk vækst, udvikling af transportmuligheder, og et levende kulturliv. Det kan også skabe udfordringer gennem pres på byens infrastruktur, miljø og udvikling.

Der er brug for at tage en samtale med byens borgere om, hvordan turisme kan bidrage til en positiv udvikling af byen, så vi kan byde besøgende velkommen og samtidig bidrage til det, der gør København til et fantastisk sted at bo.

Derfor har vi brug for jeres hjælp til at svare på spørgsmålet:

“

Hvordan ser turismen ud i 2030, hvis den skal bidrage til at gøre København til et bedre sted at leve og besøge, samtidig med at den fremmer den grønne omstilling, positive møder og beboernes interesser

Borgersamlingens mandat

Borgersamlingens mandat forklarer, hvad Københavns Kommune og Wonderful Copenhagen forpligter sig til at gøre med borgersamlingens anbefalinger – uanset hvordan anbefalingerne ender med at lyde. Når borgersamlingen mødes og udarbejder anbefalinger til fremtidens turisme i København, er det derfor med udgangspunkt i denne aftale:

Københavns Kommune forpligter sig på:

- At modtage anbefalingerne som et samlet katalog og gøre dem tilgængelige for de relevante faglige og strategiske arbejdsgrupper.
- At anvende anbefalingerne – afhængigt af relevans – i politik- og strategiudvikling samt indsatser, men uden forpligtelse til opfølgning.
- At tage anbefalingerne fra borgersamlingen til efterretning med henblik på, at de – hvor relevant – kan indgå i det videre arbejde med byens turismeindsats.

Wonderful Copenhagen forpligter sig på:

- At arbejde med borgersamlingens anbefalinger i relevante indsatser i organisationen.
- At afsøge finansiering til at implementere udvalgte anbefalinger fra borgersamlingen.
- At kommunikere om og henvise til anbefalingerne fra borgersamlingen for at bidrage til at dele og øge fokus på borgernes perspektiv på turismeudvikling i København.
- At melde tilbage til borgersamlingen, hvordan anbefalingerne er blevet anvendt, hhv. et år og igen to år efter afslutningen af borgersamlingen.
- At være til stede til overleveringer af anbefalingerne og indgå i en dialog om borgersamlingens arbejde ved lanceringseventet.

Borgersamlingen er rådgivende, og Københavns Kommune og Wonderful Copenhagen kan frit vælge, hvilke anbefalinger de arbejder videre med, men har forpligtet sig på at lytte og følge med i jeres arbejde.



Hvad er en borgersamling?

En borgersamling er et deliberativt demokratiformat. Det betyder kort fortalt, at en gruppe borgere mødes over flere dage for at blive enige om et bestemt emne for at udarbejde anbefalinger til politiske beslutningstagere.

En borgersamling nedsættes typisk, når beslutningstagere står over for svære, komplekse eller kontroversielle spørgsmål, og har brug for at forstå, hvad borgerne mener. Her kan borgersamlingen bidrage med vigtig viden og nuancerede anbefalinger set fra et borgerperspektiv.

Borgersamlingen er sammensat, så den afspejler befolkningen i et bestemt geografisk område – i dette tilfælde Københavns Kommune. Det betyder, at deltagerne udvælges, så borgersamlingens sammensætning svarer til fordelingen af befolkningen i området. På den måde afspejler borgersamlingen befolkningens forskellighed, og anbefalingerne bygger på mange forskellige livserfaringer og hverdagsviden. Borgerne udvælges gennem tilfældig lodtrækning.

Målet med borgersamlingen er at medlemmerne finder frem til velovervejede og nuancerede anbefalinger, som kan være til gavn for hele samfundet. Anbefalingerne skal give indsigt i borgernes prioriteringer, efter at borgerne har haft tid til at lytte til hinanden og tage hensyn til forskellige behov og livssituationer.

Anbefalingerne afleveres til de beslutningstagere, der har nedsat borgersamlingen og offentliggøres, så alle interesserede kan læse borgernes råd og overvejelser.

Borgerne skriver selv det fælles slutprodukt for at sikre, at udefrakommende interesser ikke påvirker anbefalingerne. Hvis der ikke er fuld enighed mellem borgerne, har deltagerne mulighed for at vedlægge en mindretalsudtalelse på de områder, hvor der er uenighed.



En borgersamling som en del af projektet "CULTIGEN"

Borgersamlingen om Fremtidens Turisme er en del af det EU-finansierede projekt CULTIGEN, som arbejder for en mere bæredygtig udvikling af turismen i København.

CULTIGEN er en forkortelse for Culture, Tourism and Regeneration. Projektet undersøger, hvordan kultur og turisme kan understøtte en bæredygtig by- og turismeudvikling, hvor der tages hensyn til både borgere, besøgende og lokalsamfund.

En vigtig del af CULTIGEN er, at lokale borgere bliver inddraget, og at beslutninger om turisme bygger på viden og data. Borgersamlingen om Fremtiden Turisme bidrager til projektet ved at bringe et borgernes perspektiver ind i arbejdet. Både processen og borgersamlingens anbefalinger vil blive samlet i en rapport, som skal inspirere andre byer og lande til at inddrage lokale borgere i udviklingen af turisme.

[Læs mere om CULTIGEN her](#)



De udfordringer projektet arbejder med

Antallet af turister forventes at stige frem mod 2030. Det skaber udfordringer – både i København og i mange andre europæiske byer. CULTIGEN-projektet er igangsat for at imødegå nogle af de største udfordringer:

- Manglende viden om turisternes adfærd
- Mange turister samler sig i byens centrum
- Lokale borgernes værdier og perspektiver fylder ikke nok i beslutninger om turisme
- Bydele uden for centrum får ikke i samme grad glæde af turismen

Formålet med CULTIGEN

CULTIGEN arbejder med nye måder at styre turismen på, hvor både data og lokalsamfund spiller en central rolle. Projektet inddrager både beboere og besøgende for bedre at forstå deres behov og oplevelser, og bruge den viden til at træffe bedre beslutninger.

Det betyder blandt andet at partnerne i projektet skal:

- Udvikle et digitalt værktøj, der samler viden fra både borgere og besøgende om deres oplevelser i byen.
- Skabe nye turistruter, så turismen bliver spredt bedre ud i byen og ikke kun er koncentreret i centrum.
- Arbejde med fælles ansvar for turismens udvikling gennem dialog og samarbejde mellem borgere, besøgende og andre aktører.
- Styrke lokale fællesskaber, så de kan vise deres kultur og særlige kendetegn og skabe oplevelser, der fremhæver byens mangfoldighed.

Hvem står bag?

Københavns Kommune, Aalborg Universitet, Nationalmuseet, StoryHunt, Wonderful Copenhagen og We Do Democracy.



Københavns Kommunes introduktion til fremtidens turisme i København

København er en attraktiv by at bo i – og også en attraktiv by at besøge. Turismen bidrager til vækst, job og et rigt kultur- og oplevelsesliv, men den kan også skabe trængsel og pres på byens rum og hverdag. Det er derfor en central ambition for kommunen at sikre, at turismen er i balance med byen – og at vi i København arbejder aktivt med spredning af byens gæster, så både belastning og gevinster fordeles bedre over året og på tværs af bydele.

København har haft rekordår efter rekordår målt efter antal overnatninger, og det forventes, at turismen fortsat vil vokse i de kommende år. Det er derfor vigtigt, at vi sikrer udviklingen af en bæredygtig turisme, som er i balance med byen. En turisme, der skaber vækst og beskæftigelse, og som med opbakning fra byens borgere er i balance med det byliv, erhverv, events og kulturoplevelser, som også efterspørges af københavnernes.

Destinationsudviklingen af København skal også ske med fokus på at sikre spredning af byens turisme – både geografisk og udenfor (sommerens) højsæson – med henblik på at minimere trængsel og gener for københavnernes i særligt besøgte bydele. Sammen med byens turismeerhverv skal vi sikre en turismeudvikling, der er i balance med byen.

[Find Erhvervsstrategien her](#)



STRATEGIER & PLANER

Den fysiske udvikling af fremtidens by og bydele formes efter Københavns Kommunes Kommuneplan, som er den overordnede plan for byens udvikling. Derudover er der en lang række andre planer og strategier, som sammen danner grundlaget for kommunens arbejde med turisme.

Københavns Kommunes arbejde med turisme er forankret i Københavns Kommunes Erhvervsstrategi (2024-2027).

Som en del af erhvervsstrategien arbejder kommunen med at udarbejde en række pejlemærker for bæredygtig turisme, som beskriver kommunens syn på de udfordringer, vi kigger ind i:

SÆSONMÆSSIG FORDELING AF TURISTER

Københavns Kommune vil understøtte en mere jævn og bæredygtig fordeling af turister hen over året med særligt fokus på 1. kvartal.

GEOGRAFISK UDVIDELSE AF TURISMEN

Københavns Kommune vil arbejde for at udvide turismens geografi til flere bydele og i hele Hovedstadsregionen, så både belastningen og gevinster ved turisme fordeles.

BÆREDYGTIG ADFÆRD

Københavns Kommune vil arbejde for at understøtte en turismekultur, hvor ansvarlig grøn adfærd er en naturlig del af gæsteoplevelsen, både for turister og turismeerhvervet.

BÆREDYGTIGT TURISMEERHVERV

Københavns Kommune vil arbejde for at understøtte turismeerhvervets potentialer for kompetenceudvikling og social inklusion på arbejdsmarkedet.

DIALOG OM BYENS TURISMEUDVIKLING

Københavns Kommune vil arbejde for en højere grad af borgerinddragelse og systematisk dialog med både borgere og erhverv om turismeudviklingen.

Turisternes mobilitet

Udover Erhvervsstrategien, er der flere relevante planer og strategier, som kan være gode at sætte sig ind i forud for borgersamlingerne, her kan f.eks. nævnes 'Handlingsplan for Transport af Turister'.

En vigtig del af at skabe turisme i balance med byen handler om, hvordan gæster bevæger sig rundt – og hvordan vi mindsker trængsel og gener. Derfor arbejder Københavns Kommune lige nu på at opdatere en 'Handlingsplan for Transport af Turister', som sætter retningen for arbejdet frem mod 2030 og rummer 22 initiativer.

Initiativerne er samlet i fire kategorier:



Kategori 1 handler om langsigtede greb og ruter, der kan gøre turisternes mobilitet mere hensigtsmæssig, bl.a. ved at understøtte gang, cykel og kollektiv transport.



Kategori 2 rummer mere konkrete parkerings- og afsætningsløsninger, der kan implementeres på kort sigt.



Kategori 3 er parkeringsinitiativer der kræver foranalyse, fordi de er mere komplekse.



Kategori 4 handler om information, kampagner og samarbejde, som gør det lettere at vælge bedre ruter og mere bæredygtige transportformer.

[Find 'Handlingsplan for transport af turister' her](#)



Kulturturismen i København

Turismen og kulturlivet understøtter hinanden. Kulturoplevelser er blandt de vigtigste motivationer for internationale storbyturister og skaber indtægter for byens museer, festivaler, teatre og spillesteder – såvel som arbejdspladser på hoteller, restauranter og butikker. Københavnerne får hermed også et bredere kulturbedbud i byen, fordi der er mange andre, der også bruger penge på kulturlivet i København.

I Københavns Kommunes Kultur- og Fritidspolitik sætter kommunen fokus på at:



Udvikle turistinformationen i Copenhagen Visitor Service, så flere gæster får glæde af en større del af hovedstadsområdet med respekt for bæredygtig og balanceret turisme.



At øge turisternes kulturforbrug igennem turistinformation og partnerskaber med turistaktører, så turismen understøtter en levende by og adgangen til kulturtilbud i hele København.



At understøtte tilbagevendende events og festivaler i topklasse.



Kommunens gæsteservice

Copenhagen Visitor Service (CVS) er byens officielle turistinformation. Her kan både turister og lokale få inspiration, vejledning og praktisk hjælp til at opleve København og omegn – og det er netop i den situation, hvor gæsten står og skal vælge "hvad nu?", at CVS har en særlig mulighed for at gøre en forskel. CVS fungerer derfor som en bro mellem kommunens strategiske retning og gæsternes faktiske adfærd i byen: Ved at guide, inspirere og gøre det let at vælge oplevelser på tværs af byen og året, kan CVS være med til at understøtte spredning og aflaste de mest belastede steder. I forlængelse af CVS arbejder kommunen også med digitale gæsteserviceprodukter, herunder The Copenhagen App, som personaliserer anbefalinger og kan understøtte både geografisk og sæsonmæssig spredning.

Samarbejdet med Wonderful Copenhagen (WoCo)

En central samarbejdspartner for kommunen er Wonderful Copenhagen, som er hovedstadens destinationsselskab og som arbejder med destinationsudvikling og international branding af hovedstaden. Kommunens samarbejde med WoCo sker gennem en årlig aftale, der bidrager til at fremme og udvikle turismen i København. Aftalen har fokus på en række indsatser, bl.a. i forhold til at understøtte en bæredygtig turisme i balance med byen.

Kommunens handlerum

Københavns Kommune arbejder med turisme på flere måder, men i praksis ligger kommunens råderum især i at skabe rammer og løsninger, der får byen til at fungere bedst muligt, når der kommer mange besøgende. Det kan f.eks. være gennem planlægning, byrum og mobilitet. Kommunen sætter derfor de overordnede politiske rammer for turismeudviklingen i Københavns Kommune.

Kommunen er myndighed og har ansvar for at sikre de planmæssige rammer for byens udvikling og dermed også de rammer, der har betydning for turismeudviklingen. Samtidig giver kommunalfuldmagten kommunen mulighed for at fremme turisme som en lovlig og almennyttig opgave i fællesskabets interesse, når det handler om brede indsatser, der kommer byen og borgerne til gode.

På trods af at kommunen har et stort råderum, er der også områder, hvor det ikke er muligt at handle alene, og hvor der kræves involvering af andre myndigheder. Det gælder f.eks.:

- I arbejdet med turisttransport, hvor 'Handlingsplan for Transport af Turister' omfatter danske og udenlandske turistbusser, men busser i fast rute (lokalbusser, fjernbusser og HopOn-HopOff) er ikke omfattet, fordi det er Færdselsstyrelsen – og ikke Københavns Kommune – der er myndighed for disse ruter. Flere af planens initiativer forudsætter også efterfølgende godkendelser, f.eks. fra politiet.
- Et andet konkret eksempel er en turismeafgift (turismeskat), hvor kommunen i dag ikke har den nødvendige lovhjemmel. Kommunen kan derfor ikke indføre en sådan afgift uden national lovgivning.

Wonderful Copenhagens introduktion

Hvem er Wonderful Copenhagen?

Wonderful Copenhagen er hovedstadsregionens officielle turismeorganisation. Vi arbejder på non-profitbasis for at fremme og udvikle erhvervs- og ferieturisme til gavn for byen, erhvervet og borgerne. Wonderful Copenhagen dækker hele hovedstaden, men i den her sammenhæng fokuserer vi primært på indsatser, tal og effekter for København. Vi arbejder bl.a. på at:

- Tiltrække turister, der passer til København og bidrager positivt økonomisk og samfundsmæssigt
- Udvikle destinationen og påvirke turisternes adfærd og bevægelsesmønstre
- Understøtte den bæredygtige omstilling af turismeerhvervet
- Sikre spredning af turister til bydele og områder uden for centrum. Og spredning ud over året.

Kort sagt, så arbejder vi for, at turismen i København skaber bred værdi for byen - og for vores samfund i bredere forstand, samtidig med at vi inspirerer til bæredygtig adfærd og spreder besøgende til nye områder og ud over hele året.

Vores indsatser omfatter bl.a.:

- Strategisk branding og markedsføring af København som destination
- Tiltrækning af videnskongresser, møder, kultur- og sportsevents
- Udvikling af international tilgængelighed via fly og tog
- Udvikling af kulturturisme, krydstogt og helårsturisme
- Borgerinddragelse og udvikling af nye mini-destinationer (fx Nordhavn, Carlsberg Byen, Gl. Sydhavn)
- Spredning af turister gennem oplevelsessammenhænge uden for København

Vi huser sekretariater for nationale og internationale turismenetværk:

Herunder de nationale udviklingsselskaber for møde- og erhvervsturisme og storbyturisme (MeetDenmark og Dansk Storbyturisme), Cruise Denmark – Copenhagen and beyond, Cruise Baltic og Danske Destinationer (forening for destinationsselskaberne på i Danmark).

Strategisk grundlag for hovedstadens turisme Wonderful Copenhagen arbejder ud fra strategien for hovedstadens turisme frem mod 2030 – "Copenhagen, All inclusive", som Wonderful Copenhagen lancerede i 2024.

All inclusive-begrebet refererer her til, at strategien omfatter turismens reelle bidrag til samfundet og verden - både plusser og minusser og de direkte og indirekte effekter, som turismen har. Det gælder også i forhold til trængselsproblematikker og klimapåvirkning. Strategien sigter på at udvikle en turisme, som bidrager positivt til den lokale, nationale og globale udvikling, når alt tælles med.

Ud over en ambitiøs vision, et klima-roadmap samt et kompas over turismen i hovedstadens bredere samfundsværdi består strategien også af tre overordnede mål. Strategiens tre mål er hver især underbygget af en række delmål og konkrete pejlemærker og handlinger.

Mål #1

Turismen i Danmarks hovedstad skal accelerere den grønne omstilling lokalt og globalt.

Mål #2

Turismen skaber berigende møder og varig værdi.

Mål #3

Turismen i Danmarks hovedstad skal skabe større samfundsøkonomisk værdi for flere.

[Læs hele strategien her](#)



Kort om turismen i København

Hvem er turisterne?

Volumen i turismen i Danmark måles i antallet af overnatninger på hoteller, vandrehjem, feriehuse mm. Det er Danmarks Statistik, der er kilde. Den geografiske afgrænsning i denne sammenhæng er 'København By', som dækker over kommunerne København, Frederiksberg, Tårnby og Dragør.

I 2025 var der i alt 13 mio. overnatninger i København By.

36%

Danske
overnatninger

64%

Internationale
overnatninger

København er internationalt set en populær destination for forretningsmøder og store videnskongresser, officielt kaldet erhvervsturister. Det er et andet segment end ferierejsende. Erhvervsturister har et større gennemsnitligt døgnforbrug og bruger typisk destinationen på anden vis end ferierejsende, da de primært rejser for at deltage i møder og kongresser.

I 2025 fordelte overnatningerne i København By sig med 69 % ferierejsende og 31 % erhvervsturister.

Ud over danskere på besøg i deres egen hovedstad, som udgør en stor del af turismen i København, så kommer der rigtig mange internationale besøgende. Målt på overnatninger fordeler se sig på en lang række lande, hvor de 10 største er:

1	Tyskland
2	USA
3	Storbritannien
4	Sverige
5	Norge
6	Italien
7	Frankrig
8	Spanien
9	Nederlandene
10	Schweiz



Foto: Maria Sattrup

Hvornår på året kommer de?

Wonderful Copenhagen arbejder, i tråd med dansk turisme i det hele taget, på at styrke helårsturismen, ikke mindst første kvartal.

På landsplan er der et vækst mål om, at antallet af overnatninger uden for højsæsonen (juli og august) skal udgøre 70% af overnatninger i 2030.

I København By, og i hovedstaden i det hele taget, er belægningsgraden på hotellerne i sommerhalvåret markant højere end i vinterhalvåret.

Derfor fokuserer Wonderful Copenhagen sammen med erhvervet på at tiltrække gæster i vinterhalvåret, hvor antallet af gæster i byen er lavere, og hvor der derfor er potentiale for at skabe vækst og samfundsmæssig værdi.

I 2025 var væksten i overnatninger i København By i vinterhalvåret på 6,1%, hvor den i sommerhalvåret var på 2,6% - altså var den procentuelle vækst i vinterhalvåret mere end dobbelt så stor som i sommerhalvåret.

Hvad betyder turisterne samfundsøkonomisk?

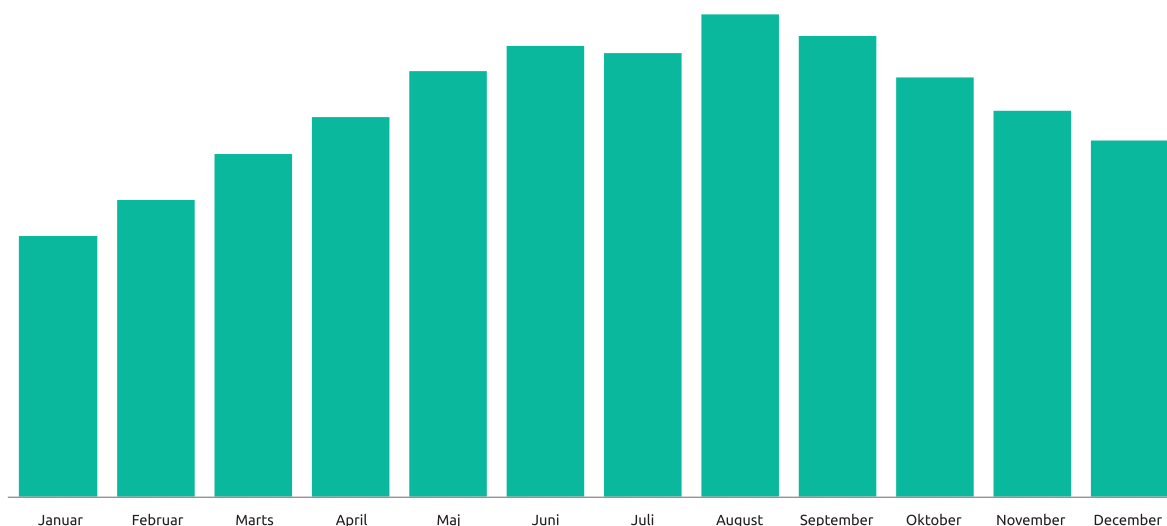
Tallene, som vises nedenfor, dækker København By, som omfatter kommunerne København, Frederiksberg, Tårnby og Dragør. For hele hovedstaden, som Wonderful Copenhagen er destinationsselskab for, er tallene højere.

- Omsætning: I 2025 var den samlede omsætning afledt af turismen i København By på 42,3 mia. kr.
- Skatteindtægter: Skatteindtægter eller skatteprovenu til stat og kommuner, afledt af turismen i København By, udgjorde i 2025 ca. 12,7 mia. kr.
- Jobskabelse: Turismen i København By skaber beskæftigelse til et stort antal borgere. I 2025 blev der skabt ca. 39.900 job afledt af turismen i København By. Det er en både direkte og indirekte beskæftigelse skabt ud fra turismeomsætningen.
- Turismen i København By skaber i særlig grad job til unge og til borgere med anden etnisk herkomst end dansk. Nedenfor er seneste tal fra 2023:
 - I 2023 var 43 % af de beskæftigede i jobs, som er skabt af den københavnske turisme, under 30 år.
 - I 2023 var 36 % af de jobs, som er skabt af turismen i København, besat af en person med anden etnisk herkomst end dansk.

[Læs mere om turismens samfundsøkonomiske betydning her](#)



København By Belægningsgrad på hoteller pr måned i 2025



Ud over samfundsøkonomi og beskæftigelse understøtter turismen også det, der er med til at gøre en by levende og attraktiv at bo i. Eksempelvis udvalget af butikker, restauranter og kulturoplevelser.

- **Turismens betydning for butikker:**
Detailhandelen i København By henter årligt en omsætning fra turister på ca. 9,4 mia. kr. (2023)
- **Turismens betydning for restauranter:**
Restauranter i København By samlet set henter 28 % af omsætningen fra turister (2023)
- **Turismens betydning for kulturlivet:**
Internationale besøgende udgør 66 % af besøg på museer i København By

[Dyk ned i turismens økonomiske betydning her](#)



Vi spørger bl.a., hvor enige eller uenige folk er i, at København skal promoveres for at tiltrække flere turister. Tallene varierer imellem bydelene, og her er der forventeligt mindre opbakning og større oplevelse af problemer i Indre By end for byen generelt.

- På tværs af 2025 svarede **72,4%** af københavnernes, at de bakker op om fortsat tiltrækning af turister.

Vi spørger også: Har turismen i København skabt problemer for dig inden for den seneste måned?

- På tværs af 2025 oplevede **87,2 %** af københavnernes ingen problemer med turismen.

[Læs mere om lokales holdning til turismen her](#)

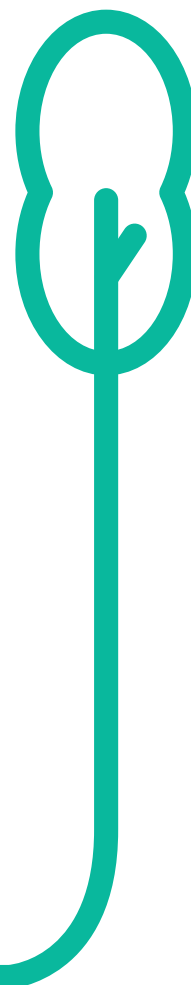


Hvad siger borgerne?

Der er – i medierne og ofte i sommermånederne – diskussion om antallet af turister, og hvordan de opleves i byen af de lokale. Det er en diskussion, der fylder på mange destinationer verden over.

Det er et emne, Wonderful Copenhagen tager meget seriøst, og som derfor også indgår centralt i strategien "Copenhagen, All inclusive".

For at følge udviklingen tæt og for at kvalificere arbejdet, så det er baseret på fakta, måler Wonderful Copenhagen løbende i repræsentative analyser, hvad borgerne i København mener om turismen. Her spørges ikke kun til, om de bakker om, men også om de oplever problemer.





Introduktion til ekspertgruppen

Der er tilknyttet fire ekspertrådgivere til borgersamlingen. Deres rolle er at sikre, at I får den viden og støtte, I har brug for, når I skal arbejde med borgersamlingens kernespørgsmål.

Som medlemmer af borgersamlingen skal I ikke være eksperter i turisme. I er udvalgt, fordi jeres erfaringer, holdninger og prioriteringer som borgere i København er vigtige. Samtidig kan det være en hjælp at have en grundlæggende viden for bedre at forstå de spørgsmål og udfordringer, I skal tage stilling til.

Derfor har ekspertrådgiverne udvalgt tekster og oplægsholdere, som skal understøtte jeres arbejde.



Anette Therkelsen er forsker på Aalborg Universitet. Hendes forskning handler om, hvordan turister og lokale borgere oplever, bruger og forstår steder, og hvordan steder spiller en rolle for identitet og hverdagsliv. Hun ser også på, hvordan borgeres og turisters perspektiver kan indgå i sted- og byudvikling.



Carsten Beck er fremtidsforsker ved Institut for Fremtidsforskning. Han arbejder med megatrends og langsigtede udviklinger, der er med til at forme samfundet og fremtiden – herunder også turismens rolle.

På borgersamlingens møder vil der være faglige oplæg, og der vil være god mulighed for at stille spørgsmål og få uddybet det, I er i tvivl om.

Ekspertgruppens medlemmer

Eksperterne har forskellige faglige baggrunde og hjælper med at belyse emnet fra flere sider.

De træffer ikke beslutninger, men giver viden, som kan støtte borgersamlingens drøftelser.



Carina Ren er forsker på Aalborg Universitet, Campus Sydhavnen. Hun forsker i, hvordan turisme hænger sammen med andre dele af samfundet, fx kultur, erhverv og byudvikling. Hun arbejder blandt andet med, hvordan turisme kan bidrage til kulturel innovation og udvikling af byer.



Matias Thuen Jørgensen er lektor ved Roskilde Universitet og leder af Center for Turismeforskning. Han forsker i turisme og bæredygtighed, fællesskaber, ledelse og de sociale og økonomiske konsekvenser af turisme.

Ekspertgruppens bidrag

Turisme er en del af København. Den præger byrum, kulturtilbud og hverdagsliv og spiller en vigtig rolle for både byens økonomi og udvikling. Samtidig rejser turisme en række spørgsmål og udfordringer, som mange byer – inklusiv København – står med i dag.

Der er kun tegn på, at turismen kommer til at stige kraftigt i den nære fremtid. Det skyldes blandt andet:

- En globalt stigende turisme.
- At Danmark og København i stigende grad er populære destinationer.
- At turister i stigende grad ønsker at besøge

mindre kendte destinationer, fordi de mest populære opleves som overturistede.

- En politisk ambition om stigning i turismen.
- Ifølge den nationale turismestrategi "Veje til bæredygtig vækst" skal turismen i København vokste med 25% i 2030

Ifølge den nationale turismestrategi "Veje til bæredygtig vækst" skal turismen i København vokste med 25% i 2030.

[Du kan finde strategien her](#)



De næste sider giver et overblik over, hvad turismen bidrager med, hvilke udfordringer den skaber, og hvilke tendenser og perspektiver, der præger udviklingen.

Turismens potentialer og udfordringer

Som borgere i København oplever I helt sikkert fordele og ulemper ved turismen. Det er jeres styrke i den her borgersamling, at I ved, hvordan det er at bo her og opleve, at der kommer besøgende til byen.

De forskellige oplevelser kan man ikke sætte på formel. Men dykker man ned i de dilemmaer, som turisme bringer med sig, er der alligevel nogle ting, der går igen.

Nogle af de gennemgående temaer, som går igen i storbyer verden over, kan opsummeres i følgende punkter:

Udfordringer ved turisme:

	Pres på naturressourcer
	Miljø- og klimapåvirkning
	Sæsonprægede arbejdsforhold
	Pres på infrastruktur, mobilitet og kollektive ressourcer
	Antallet og koncentrationen af turister (øget trængsel)

Potentialer ved turisme:

	Økonomisk vækst fra både indenrigs- og international turisme
	Jobskabelse, herunder for nye på arbejdsmarkedet samt udsatte
	Byudvikling og investeringer i byens rum
	Bevaring og udvikling af kultur, lokal stolthed
	Kulturudveksling mellem besøgende og lokale

FN's Verdensturismeorganisation, UNWTO, peger også på flere af disse og giver i en rapport fra 2020 anbefalinger til at skabe byer for alle – både for lokale og for turister. Rapporten fremhæver blandt andet vigtigheden af at inddrage lokale borgere i turismeplanlægningen, at se turister som midlertidige borgere og have både borgere og besøgende for øje i byudviklingen.

Turismen i Danmark

[Du kan finde hele rapporten her](#)



Videnscenter for turisme i Danmark holder løbende øje med turismens tal. På deres hjemmeside eller i rapporten herunder kan du dykke ned i tal og fakta om hvem der hyppigst besøger Danmark, hvor mange der besøger vores forskellige destinationer og andre nøgletal.

www.visitdenmark.dk



[Visitdenmark rapport](#)



Turismens indflydelse på Københavns byrum og -liv

Turisme påvirker byen på mange måder og opleves forskelligt af forskellige borgere, alt efter hvor man bor, arbejder og færdes i hverdagen. For nogle bidrager turismen med liv, tilbud og oplevelser, mens den for andre opleves som en belastning i form af trængsel, støj eller pres på byens rum.

Rapporten I samtale med København – en kvalitativ analyse af balancen mellem turisme og hverdagsliv i København (2018) undersøger turismens betydning for byliv og byudvikling. Den peger på, at mange af de steder og tilbud, som københavnere selv holder af, enten er direkte eller indirekte opstået i samspil med turismen – fx madmarkeder, kulturtilbud og nye byrum. Turismen har altså positiv indvirkning på den del af bylivet.

Herunder kan du læse et uddrag af rapporten (side 13-14).

OPLEVELSERS BETYDNING FOR BYLIV OG BYUDVIKLING

Samtaler med københavnere viser, at en af turismens positive effekter på byen er det byliv, som turismen bringer til byen, når de oplever og nyder byen (se bilag 1 og desuden kortlægningen af årsager til positive opfattelser af turisme i delanalyse 3.).

Turismeforskere Jonas Larsen (RUC) og Carina Ren (AAU) peger på at meget af det, de lokale holder af i København, er biprodukter af turismen (fx Torvehallerne, Kødbyen, Tivoli). Byudviklingseksperter peger ligeledes på, at turisme kan være med til at indfri ønsker for byens udvikling, blandt andet ved at understøtte udviklingen af nye byområder og infrastrukturelle tiltag (se bilag 2 og 4).

Kvartersspecifik workshop for byens nye områder samt workshop om byens overordnede strategiske udvikling peger på forskellig vis på, at tilstedeværelsen af lokale som regel er et kvalitetsstempel for turister, mens stor popularitet blandt turister kan

gøre, at steder for lokale mister deres værdi eller lokale charme (se bilag 7 og 8).

Til workshops med beboere i især Indre By udtrykkes bekymring for, at attraktioner/steder, der primært bruges af turister, tager plads fra byens lokale (fx Langelinie og massiv hoteludbygning) (se bilag 6 og 10).

Papirøen blev et tilløbsstykke, hvilket betød vi i højsæsonen kunne have mangel på siddepladser, hvilket måske havde en indflydelse på, om de lokale tog ud til os eller valgte at tage et andet sted hen. Turisterne kom hele året uanset - der er ingen tvivl om at turisterne gerne vil opleve det lokale og møde de lokale.

Maja Tini Jensen, Copenhagen Street



Foto: Daniel Rasmussen

FORSKELLIGE MÅDER AT OPLEVE BYEN PÅ

I et interview med turismeforskere Jonas Larsen (RUC) og Carina Ren (AAU) påpeges det, at København kan ses som en fritidsby, og at københavnere i stigende grad har en "turist-praksis" i egen by: Vi bruger byens parker, madmarkeder, caféer, gode restauranter og byens butiksliv. Denne måde at bruge byen på skaber en potentiel synergi med turisternes måde at bruge København. Samtidig har mange københavnere også selv et mobilt liv, hvor de ofte er turister andre steder. De har dermed en forståelse for turistens behov.

Dette synspunkt ses også i andre samtaler med lokale:

Københavnerne er blevet mere ligesom turisterne selv, fordi de også indtager kunst- og kulturlivet. Derfor virker turismen ikke så massiv

Samtale på Nørrebrogade.

Vi er alle sammen blevet mere turister i livet, end vi var for nogle år tilbage. Vi får lov til at smage lidt af mange forskellige ting i vores liv: Vi har adgang til alt fra slummen til en penthouse-lejlighed, fordi vi har Airbnb. Det er en anden måde, vi agerer i verden. Det gør vi som danskere, men det er der rigtig mange mennesker rundt omkring i hele verden, der også gør.

Respondent til lokal workshop.

Trods dette er der selvfølgelig en række forskelle på turistens og den lokales adfærd i byen. Gadeinterviews peger på det klassiske turistikort, sproget, tempoet og rullekufferter samt guidede grupper som eksempler på, hvordan turisterne skiller sig ud, når de oplever byen. Samtidig viser interviews, at mange lokale peger på den "gode turist" som den turist, de næsten ikke opdager; som ikke skiller sig ud og som har aflæst de lokale normer (se bilag 1 og kortlægning 1).

De fylder for meget og kommer i store grupper og larmer. De passer ikke ind.

Samtale til Indre By fokusgruppeinterview

Synergier og konflikter forbundet med oplevelser

KONFLIKTER

- Koncentration af attraktioner i Indre By
- Popularitet blandt turister kan ødelægge oplevelsen for de lokale
- Turisters brug af byen tager fysisk plads fra lokal brug/hverdagsaktiviteter

SYNERGIER

- Lokale kulturaktører vil gerne være med til at udbrede turismen
- Turisme opretholder byliv og relaterede aktiviteter: Caféer, madmarkeder, butikker
- Københavnernes fritidsbrug af byen

[Læs den fulde rapport her](#)

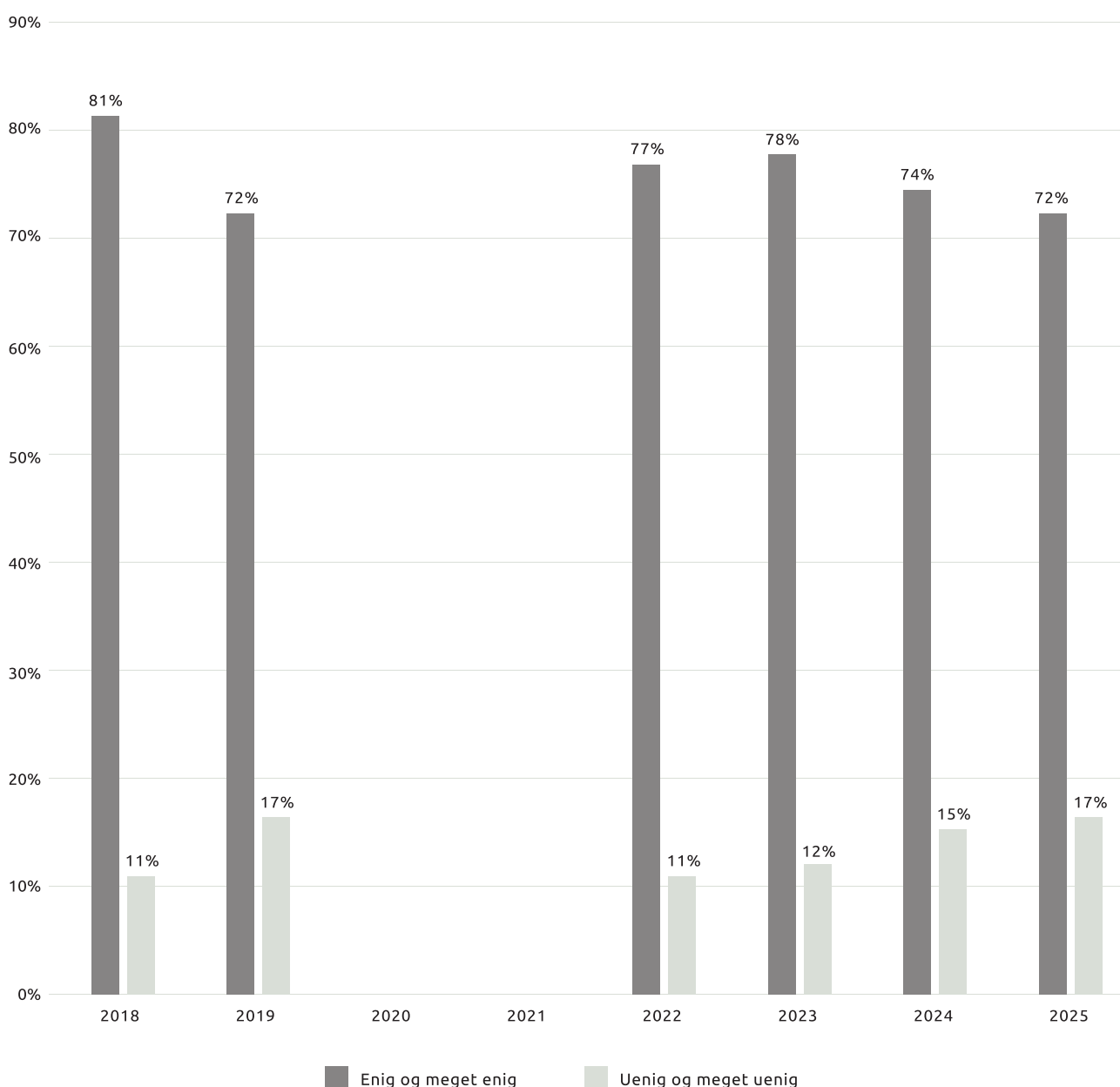


Borgernes holdning til turisme i København

Hver måned spørger Wonderful Copenhagen 1000 københavnere om deres holdning til turismen i byen. Målingerne viser, at der fortsat er bred opbakning til turisme, men også en stigende tendens til fald, når det gælder ønsket om at tiltrække flere turister.

Opbakningen varierer rundt om i byen. Den er lavere i Indre By, hvor omkring hver fjerde beboer har oplevet problemer i forbindelse med turisme. Her nævnes især cykler, generel trafik samt støj og andre gener som udfordringer.

Min by skal fortsætte med at promovere sig selv for at tiltrække flere turister



Kilde: Norstat på vegne af Wonderful Copenhagen 2025

72%

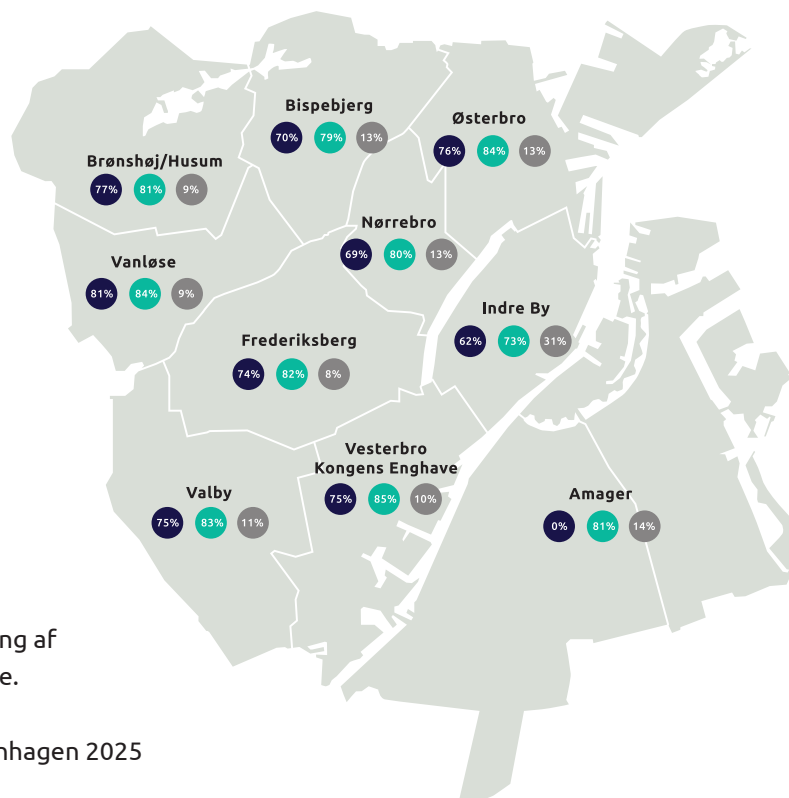
Er enige eller meget enige i at byen fortsat skal promovere sig for at tiltrække flere turister.

81%

Mener at turisme skaber flere positive eller lige så mange positive som negative konsekvenser.

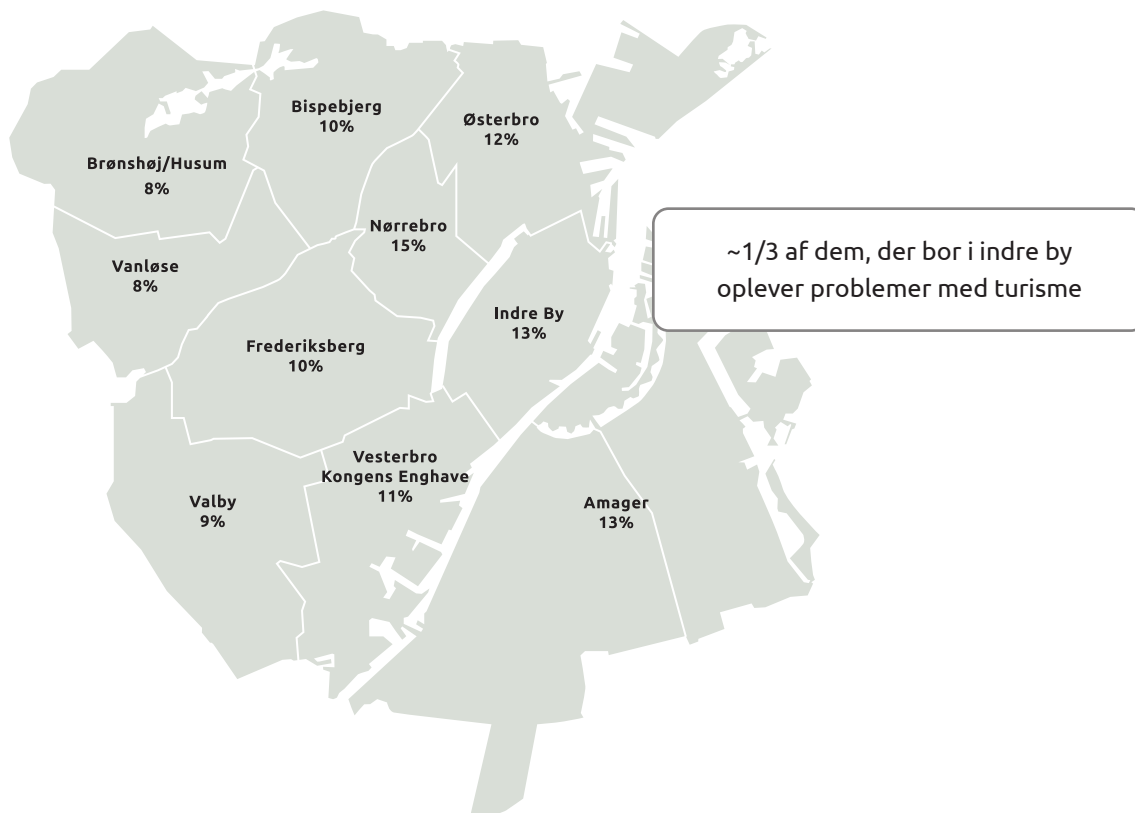
13%

Mener at København er ramt af overtourisme.



I figuren her kan du se en geografisk opdeling af opbakning blandt københavnere til turisme.

Kilde: Norstat på vegne af Wonderful Copenhagen 2025



Denne figur viser andelen borgere, der har oplevet problemer i forbindelse med turisme. Tallene er fra 2025.

Kilde: Norstat på vegne af Wonderful Copenhagen 2025

Bekymringer om turismeudviklingen i København

Et læserbrev fra KøbenhavnLiv giver indblik i nogle borgeres bekymringer om turismeudviklingen i København. En bekymring er hoteludviklingen i Indre By og på Vesterbro som viser, hvordan turismen kan påvirke hverdagslivet og byens udvikling.

Borgermøde om turisme

Et borgermøde om turisme i Indre By i august 2025 viser, hvordan nogle borgere oplever turismens indflydelse på bydelen og hvilke temaer, der fylder i den lokale debat.

På borgermødet gav flere borgere udtryk for frustrationer over turismens omfang. Flere oplever, at mængden af turister er for stor, og at byen i stigende grad virker rettet mod besøgende fremfor borgere.

Blandt de udfordringer, der blev nævnt, var især:

- det stigende antal souvenirbutikker
- mange turistbusser
- cykeladfærd hos turister
- manglende regulering af AirBnB-udlejning

Er Indre By og Vesterbro ved at have nået grænsen for hoteller?

23 okt. 2025 kl. 12:30

Kim Laursen (M), kandidat til Borgerrepræsentationen

DEBAT: Med udsigten til endnu et stort hotel på Vesterbro er det tid til at stille et nødvendigt spørgsmål: Har Indre By og Vesterbro nået deres kapacitet for hoteller?

Den historiske bygning Borgenhus – den tidligere politistation på Halmtorvet og et velkendt syn for mange københavnere – står foran en markant forvandling.

En kapitalfond omdanner nu ejendommen til hotel. En smuk renovering, ja – men også et symbol på en udvikling, der kræver omtanke.

For mens Indre By og Vesterbro tiltrækker stadig flere turister, mærker beboerne konsekvenserne: overfyldte fortove, larm, og et byliv, der i stigende grad tilpasses besøgende frem for lokale. Turismen, som burde være en gave, risikerer i stedet at blive en byrde.

Samtidig kæmper andre dele af København med det modsatte problem. I bydele som Nordvest, Valby og Amager lukker butikker og caféer, fordi der mangler liv og besøgende. Her kunne flere ho-

teller skabe aktivitet, arbejdspladser og nyt byliv.

Derfor er det på tide at gentænke Københavns hotelstrategi. Hoteller og turisme skal fordeles mere ligeligt på tværs af byen. Det vil mindske presset på de mest besøgte kvarterer og samtidig skabe udvikling i de oversete områder.

Hvis vi formår at sprede turismen ud, kan vi bevare byens sjæl og undgå, at København ender som endnu en "disneyficeret" storby. Borgenhus' forvandling kan være positiv – men kun, hvis vi tør tage den større debat: Hvor mange hoteller kan én bydel bære, før det bliver for meget?

Vi skal som politikere tænke strategisk og være med til at sikre, at turismen forbliver en gave for hele byen – og ikke en byrde for den.

[Læs artiklen her](#)



Uddrag fra borgermøde om turisme:

Overordnet udtrykte mødedeltagerne, at de var mættede af turister, og at de overvejende oplever gener ved mængden af turister i byen. Flere pegede blandt andet på det stigende antal souvenirbutikker og mængden af turistbusser som indikatorer på, at byen i stigende grad opleves som rettet mod turister fremfor borgere. Også cykeladfærden hos mange turister og manglende regulering af AirBnB-udlejninger blev udpeget som store udfordringer ift. turisme i byen.

[Find links til oplæg og opsamlende referater fra mødet her](#)



I podcasten Genstart kan du høre en samtale om de dilemmaer og spændinger, som moderne byturisme skaber – og om hvilke forandringer der kan være nødvendige fremover.

[Lyt til "When in Rome" her](#)



Ikke alle er enige om, hvorvidt turismen i København er positiv eller ej. VisitDenmark og Wonderful Copenhagen undersøger løbende lokalbefolkningens holdning til turisme. Undersøgelsen fra 2022 viser blandt andet, at 64 % af borgerne i København og Frederiksberg Kommune mener, at turismen har flere positive end negative konsekvenser. Fordelingen kan I se nedenfor, hvor det også fremgår, hvilken holdning folk har til forskellige aspekter af turismen.



Foto: VisitCopenhagen

Befolkningens syn på turismens konsekvenser for lokalområdet

Knap to ud af tre borgere i København og Frederiksberg mener, at turismen har flere positive end negative konsekvenser for lokalområdet

Knap to ud af tre borgere i Københavns og Frederiksberg kommuner mener, at turismen har flere positive end negative konsekvenser for lokalområdet. Dette er 8 pct.-point lavere end i hele Danmark, hvor 72 pct. angiver, at turismen bidrager med flere positive end negative konsekvenser i lokalområdet.

Kun 4 pct. af borgere i Københavns og Frederiksberg kommuner mener, at turismen skaber flere negative end positive konsekvenser for lokalområdet. Dette er en lille smule over niveauet i hele Danmark (2 pct.).

Der er en større andel i Københavns og Frederiksberg kommuner, som mener, at der er lige så mange positive som negative konsekvenser af turisme (23 pct.), sammenlignet med resultaterne for hele Danmark (14 pct.). Forskellen er signifikant.

Danskernes syn på turismens effekter for lokalområdet i hhv. hele Danmark og i Københavns Kommune og Frederiksberg Kommune

Hele Danmark: n=5.971, Københavns Kommune og Frederiksberg Kommune: n=1.191

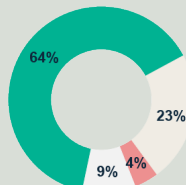


Af borgerne i **Københavns kommune og Frederiksberg kommune** mener at turismen har flere **positive** end negative konsekvenser for **lokalområdet**

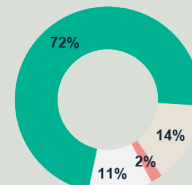


Af borgerne i **hele Danmark** mener at turismen har flere **positive** end negative konsekvenser for **lokalområdet**

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



- Fleere **positive** end negative konsekvenser
- Lige så mange positive som negative konsekvenser
- Fleere **negative** end positive konsekvenser
- Det har jeg ingen mening om



Epinion

Turismens påvirkning af lokalområdet

Borgerne i Københavns Kommune og Frederiksberg Kommune mener især, at de økonomiske gevinster ved turismen og udvalget af restauranter er positivt

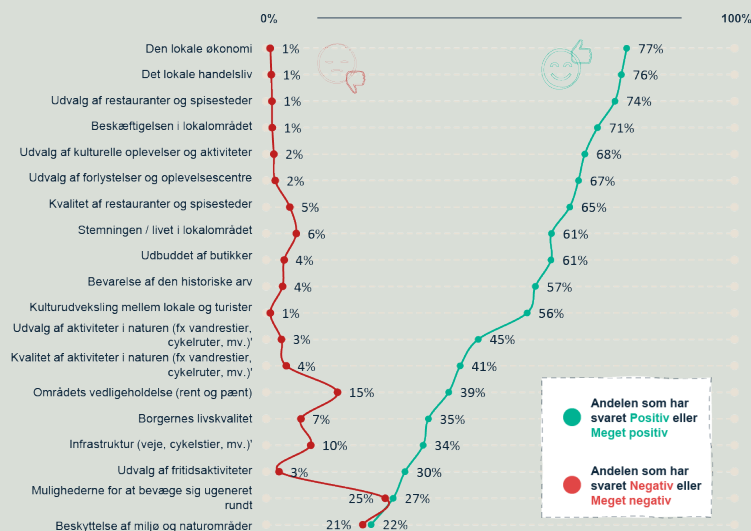
I grafen til højre ses, hvor stor en andel af borgerne i Københavns og Frederiksberg kommuner, der vurderer hvert enkelt aspekt af turismens påvirkning henholdsvis positivt og negativt.

På tværs af alle aspekter vurderer flere i de to kommuner, at de påvirkes positivt end andelen, der angiver, at de påvirkes negativt. Specielt opfattes turismens påvirkning som positivt ift. den lokale økonomi og det lokale handelsliv, med hhv. 77 pct. og 76 pct., der er positive eller meget positive.

De aspekter, som flest borgere i de to kommuner vurderer turismens påvirkning som negativ, er mulighederne for at bevæge sig ugeneret rundt og beskyttelse af miljø og naturområder. Her er andelen, der er positive og negative næsten lige store.

For hvert af de følgende aspekter mener du så, at turismen i dit lokalområde har en negativ, neutral eller positiv påvirkning?

n=1.191



Epinion

[Læs undersøgelsen her](#)



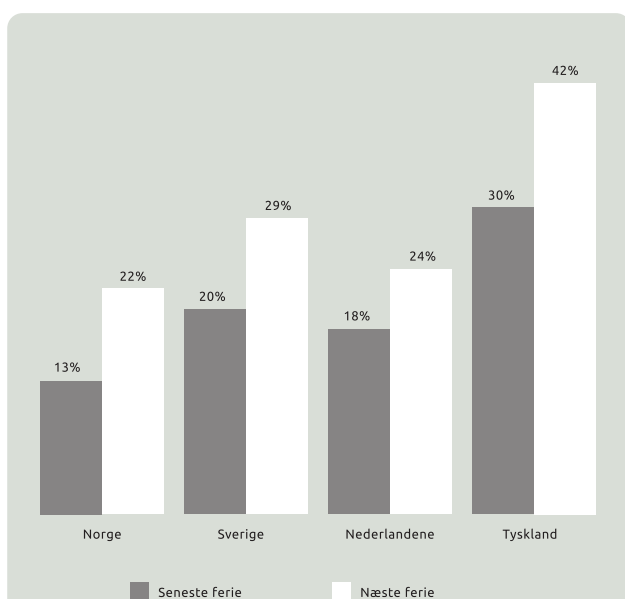
Turisters holdninger og adfærd i forhold til bæredygtighed

Undersøgelser viser, at mange turister og borgere udtrykker ønsker om at tage hensyn til miljø og bæredygtighed, men at der ofte er forskel på intentioner og faktisk adfærd.

Bæredygtig adfærd blandt udenlandske turister

VisitDenmark har undersøgt tilgangen til bæredygtighed hos turister, der kommer fra lande nær Danmark.

En vigtig indsigt herfra er, at mellem 22 % fra Norge og 42 % fra Tyskland angiver, at de vil medtænke bæredygtighed i planlægningen af deres næste ferie. Tallene ligger noget lavere, når man spørger om de havde det med i overvejelserne sidste gang de tog på ferie. Enten er flere blevet mere idealistiske, eller også viser det, at der er forskel på folks intentioner og deres handlinger.



Figur 2: Kilde: VisitDenmarks Internationale Image- og Potentialeanalyse. 2023.

En opsamling på resultater fra undersøgelsen viser desuden, hvilke tiltag turister fra det der kaldes det 'nærliggende marked' efterspørger, når det kommer til bæredygtighed. Det er for eksempel affaldssortering, madspildsinitiativer, miljøvenlig transport og vedvarende energikilder.

Hovedresultater



TYSKLAND

Fire ud af 10 tyskere vil medtænke miljøvenlige og bæredygtige hensyn, næste gang de vælger feriedestination.

Tyskerne besøger de danske feriehus. De vil gerne passe på miljøet og efterspørger bl.a. muligheder for at **affaldssortere og madspildsinitiativer** på spisesteder/restauranter (bl.a. med angivelse af madens CO2-udledning).

Fremadrettet vil de i større grad have fokus på brug af **vedvarende energikilder** på feriedestinationen/overnatningsstedet.



NORGE

Godt hver femte (22 pct.) nordmand forventer at bæredygtige og miljøvenlige hensyn vil påvirke deres rejseadfærd.

Nordmændene vil i højere grad prioritere muligheden for at vælge **bæredygtige og miljøvenlig transport** både til og på feriedestinationen. Nærheden til Danmark er et plus.

Initiativer omkring **madspild og affaldssortering** forventes at betyde endnu mere fremadrettet, når der vælges feriemål.



NORGE

Godt hver femte (22 pct.) nordmand forventer at bæredygtige og miljøvenlige hensyn vil påvirke deres rejseadfærd.

Nordmændene vil i højere grad prioritere muligheden for at vælge **bæredygtige og miljøvenlig transport** både til og på feriedestinationen. Nærheden til Danmark er et plus.

Initiativer omkring **madspild og affaldssortering** forventes at betyde endnu mere fremadrettet, når der vælges feriemål.



SVERIGE

Knap tre ud af ti svenskere forventer, at bæredygtige og miljøvenlige hensyn vil have betydning for deres ferieadfærd fremadrettet.

Der er tegn på et øget fokus på muligheder for **miljøvenlig transport**. Nærheden til Danmark er et plus.

Flere tilkendegiver, at de vil efterspørge en **miljøvenlig feriedestination og miljøvenlig overnatning**. Det stiller krav til synlighed af og information om miljøtiltag og -certificeringer.

[Læs undersøgelsen her](#)



Bæredygtig adfærd blandt danske turister

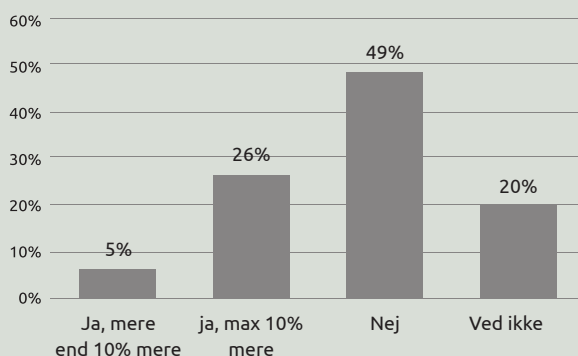
Størstedelen af danskerne er ikke villige til at betale mere for bæredygtige overnatnings- og oplevelsesmuligheder. Det viser en undersøgelse fra Dansk Industri fra 2025, som også peger på, at økonomi spiller en stor rolle for adfærd.

Fra rapporten:

I undersøgelsen svarer hver anden, at de ikke er villige til at betale mere for bæredygtige overnatnings- eller oplevelsesmuligheder. Hver fjerde vil maksimalt betale ti pct. mere for bæredygtighed, mens omkring 5 pct. er villig til at betale mere end ti pct. ekstra.

Relativt mange af de adspurgte danskere (20 pct.) er i tvivl, om de vil betale mere for bæredygtige overnatnings- og oplevelsesmuligheder.

Knap hver anden er ikke villig til at betale mere for bæredygtige overnatnings- eller oplevelsesmuligheder
Er du villig til at betale ekstra for bæredygtige overnatnings- eller oplevelsesmuligheder?



Anm.: n=1.047

Figur 3:

Kilde: Befolkningsundersøgelse af Epinion for DI

[Læs hele analysen her](#)



Turisternes adfærd

Når folk er på ferie, kan de have tendens til at glemme de bæredygtige vaner. Selvom man måske sparer på strømmen derhjemme, gør man det ikke nødvendigvis på ferien. Det betyder ofte at der er en del turistadfærd, som er mindre miljø- og klimavenlig.

Derfor er der mange der arbejder med at ændre turisternes adfærd, så de bruger færre ressourcer. Det kan være med det man kalder "nudging". Tiltag der allerede bruges mange steder er for eksempel:

- Mindre tallerkener i buffeten for at undgå madspild.
- Belønning for at sige nej tak til daglig rengøring på hotelværelset for at sænke ressourceforbruget.

Ordforklaring: Nudging betyder at give folk et skub i en ønsket retning. Man ændrer ikke regler eller forbyder noget. I stedet gør man det ønskede valg let at træffe.



Lær mere om, hvordan man kan få turister til at have et lavere aftryk, ved at se hele denne TED Talk fra 2017.

Den giver også et godt indblik i nogle af dilemmaerne omkring turisme globalt.

[Se video her](#)



Turismens klima- og ressourceaftryk

En væsentlig udfordring ved turisme er dens klima- og ressourceaftryk. Klimaaftrykket kommer især fra:

- Transport
- Forbrug
- Overnatning

Transport

Transport er den allerstørste kilde til turismens klimaaftryk. I København stod transport ifølge tal fra Wonderful Copenhagen i 2022 for 70 % af turismens udledninger (herunder var 47 % fra international transport og 23 % fra indenrigstransport).

Selvom der viser sig et fald i udledningerne fra transporten, når man sammenligner 2022 med 2019, er det ikke nødvendigvis hele billedet. Langdistancerejserne var i 2022 muligvis stadig påvirket af et fald fra coronaperioden. Udledningerne kan være steget siden da,

specielt når man tager i betragtning at Københavns Lufthavn havde rekordmange rejsende i 2025 (kilde: Københavns Lufthavn).

Forbrug

En del af turisternes klimaaftryk kommer fra det forbrug, de har under besøget. Det kommer særligt fra kategorien "restaurantbesøg, mad og drikkevarer". Udledningen fra denne kategori var stort set uændret mellem 2019 og 2022.

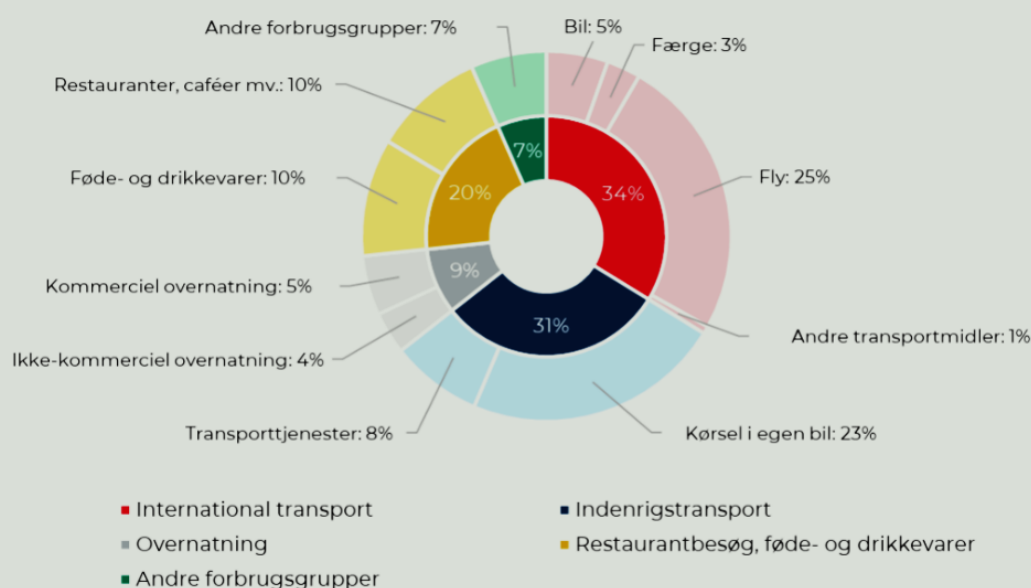
Overnatninger

Udledningerne fra overnatninger steg mellem 2019 og 2022. Det skyldes, at der er kommet flere hotelgæster og turister, der lejer et feriehus. Disse grupper står for omkring 75 % af de samlede udledninger, der kommer fra turisternes overnatningsvalg. Disse turister har også et højt forbrug under opholdet, hvilket bidrager til høje CO₂-udledninger.

VisitDenmark og Center for Regional- og Turismeforskning har kortlagt turisternes samlede klimaaftryk fra både transport, overnatninger og forbrug. I figuren fra VisitDenmark kan du se, hvor udledningerne fra de besøgende i Danmark kommer fra.

Appendiks B: Uddybende forbrugskategorier

Figur 14: Turisternes klimaaftryk fordelt på kategorier, 2022



Kilde: Center for Regional- og Turismeforskning & VisitDenmark



VisitDenmark udgav i 2024 en rapport, der forholdt sig til turisternes klimaafttryk. Herunder kan du læse rapportens hovedkonklusioner.

I figuren herunder kan man se, at turisternes klimaafttryk ser forskelligt ud afhængigt af, hvor i Danmark de rejser hen.

Hvordan kunne klimaafttrykket falde, når turismen voksede?

2022 var et rekordår for dansk turisme med 63,6 mio. overnatninger og en omsætning på 152,6 mia. kr. Alligevel faldt turismens samlede klimaafttryk.

Det skyldtes især tre ting:

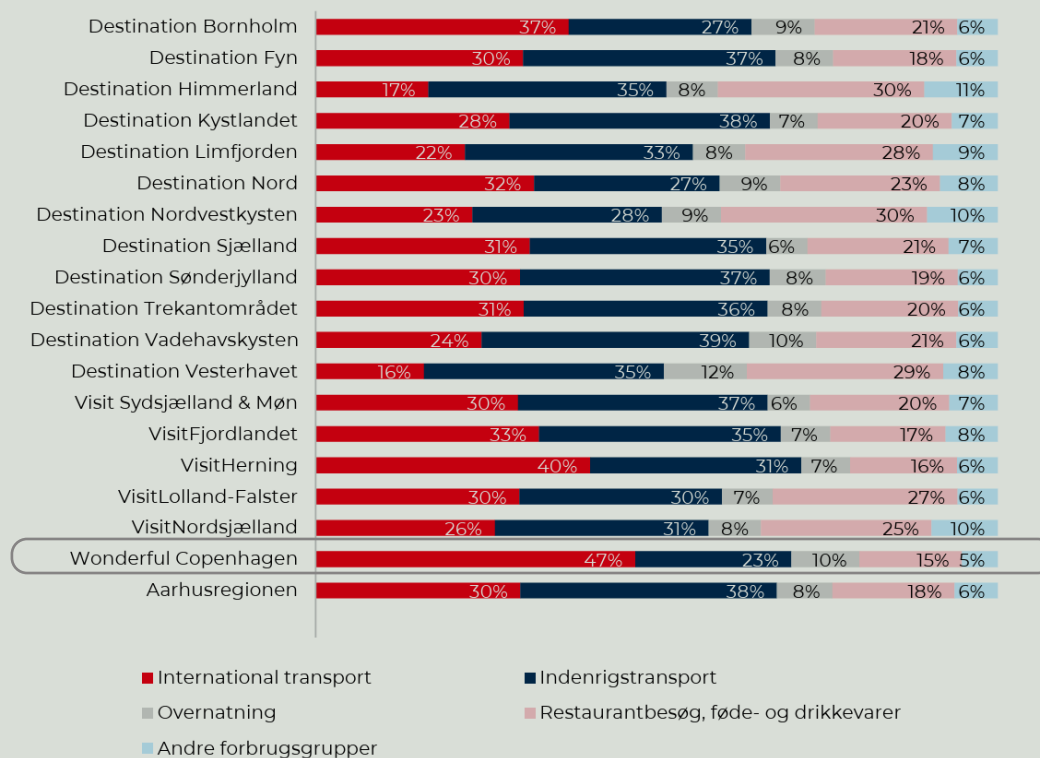
- Der var færre danske turister, som ellers udgør en stor del af det samlede klimaafttryk.
- Et fald i antallet af turister fra USA og Kina, hvis flyrejser har et højt klimaafttryk pr. rejse på grund af de lange distancer.
- Samtidig kom der flere turister fra nærliggende lande som Tyskland og Holland, hvor transporten er kortere og har et lavere klimaafttryk.

[Læs mere om klimaregnskabet for turister i Danmark i VisitDenmarks klimaregnskab her](#)



I København kommer næsten halvdelen af den samlede CO₂-udledning fra international transport, især flyrejser. I destination Vadehavskysten er det derimod kun 16%, der stammer fra international transport. Forskellen hænger sammen med, hvor turisterne kommer fra, der besøger destinationen. København har relativt mange internationale gæster, som rejser langt for at komme hertil.

Figur 7: Klimaafttryk fordelt på kategori og destination, 2022



Anm.: Residualet "Uden for destination" er sorteret fra.
Kilde: Center for Regional- og Turismeforskning & VisitDenmark

Bæredygtig turisme og regenerativ turisme

Turisme bidrager til kulturlivet, arbejdspladser og oplevelser i en by, men den belaster også klima, natur og byens hverdagsliv. Derfor taler man i dag i stigende grad om, hvordan turismen kan udvikles på en måde, der tager ansvar for både miljø, lokalsamfund og kommende generationer. Det er her, begreberne bæredygtig og regenerativ turisme kommer ind i billedet.

Her kan I læse mere om, hvad de to begreber betyder:

Bæredygtig turisme handler om at begrænse de negative konsekvenser af turisme fx gennem mindre CO₂-udledning og lavere ressourceforbrug.

Det kan fx være:

- at reducere CO₂-udledning fra transport
- at bruge færre ressourcer på hoteller
- at mindske slid på natur og byrum

Regenerativ turisme går skridtet videre. Her er målet ikke kun at undgå skade, men også at skabe positiv værdi lokalt – for natur, lokalsamfund og byliv. Perspektivet flyttes fra, hvad byen kan gøre for turisterne, til, hvad turisterne kan bidrage med til stedet.

Regenerativ turisme handler derfor om, at turisme:

- styrker lokalsamfund
- bidrager til natur, biodiversitet eller byliv
- forbedrer hverdagslivet for dem, der bor der
- Du kan læse en uddybning af forskellen mellem bæredygtig

[Læs en uddybning af forskellen mellem bæredygtig turisme og regenerativ turisme her](#)



[Her kan du på 7 minutter høre nærmere om forskellen mellem bæredygtig og regenerativ](#)



Eksempler på regenerativ turisme i København

CopenPay

I København findes initiativet CopenPay, hvor turister belønnes for grønne og ansvarlige handlinger som at rejse med tog, at cykle, at samle affald eller blive længere tid i byen.

I stedet for at betale med penge kan turister "betale" med handlinger og få oplevelser som bådture, museumsbesøg eller måltider til gengæld.

CopenPay kørte over 9 uger i sommeren 2025 med omkring 100 samarbejdspartnere og har til formål at inspirere turister til at rejse mere bevidst og bidrage positivt til byen.

Initiativet er dog også blevet kritiseret for at lægge fokus det forkerte sted. Nedenfor kan du læse et udklip af en artikel i Turismemonitor fra 2024, som viser noget af diskussionen.

[Læs mere om CopenPay her](#)



Udklip af artiklen "CopenPay udløser klimadebat: Kritiske forskere får opsang af branchedirektør"

Modstridende signaler

Ifølge Stefan Gössling, forsker i turismevidenskab ved Linnéuniversitetet, kan kampagnen sætte gang i en vigtig diskussion. Han tvivler dog på, at kampagnen har den store effekt, og han mener, der i stedet bør være fokus på, om turisterne kommer til byen med fly langvejs fra – og kalder flyveture for »et kæmpe problem«.

Han mener samtidig, at den danske hovedstad sender problematisk modstridende signaler og refererer til Københavns mål om CO₂-neutralitet i 2025, som blev lanceret, da byen var vært for FNs klimakonference i 2009.

København præsenterede sig som klimakæmper. Siden da er byens store lufthavn blevet udvidet med to terminaler. Man vidste, at det var lavprisflyene, der ville komme ind. Lavprisflyet er ifølge klimaforskerne det største problem af alle,

siger han Sydsvenskan.

Stefan Gössling bliver bakket op af turismeforsker Anne-Mette Hjalager ved Syddansk Universitet, der frygter, at en kampagne som CopenPay vil flytte politikernes og mediernes opmærksomhed væk fra de vigtige spørgsmål. Til Sydsvenskan påpeger hun en række nødvendige tiltag for bæredygtig turisme, herunder store skatter på fly- og skibsbrændstof, et stop for nye hotelbyggerier samt grænser for krydstogtskibe og lufthavnsudvidelser.

Til Sydsvenskan bakker Wonderful Copenhagen's kommunikationsdirektør, Rikke Holm Petersen, op om, at flyets klimapåvirkning er et vigtigt spørgsmål.

Hun forsvarende samtidig kampagnen med, at målet ikke har været at få antallet af turister til at vokse men at ændre turisters bevidsthed om de mange valg, man træffer som rejsende, og at styrke fokus på de mere ansvarlige alternativer, der findes på en given destination.

[Læs hele artiklen her](#)



Foto: Andreas Raun Rosendahl



Foto: Daniel Rasmussen

Naturpark Lillebælt

I Naturpark Lillebælt arbejder man med regenerative turismeaktiviteter, hvor turister blandt andet deltager i initiativer, der styrker havmiljø og biodiversitet. Her bliver turisme brugt som en måde at passe på naturen, samtidig med at besøgende får viden og oplevelser.

Herunder kan du se et eksempel på et projekt, hvor frivillige har deltaget i et naturprojekt:

[Læs mere her](#)



Samlet set peger de to eksempler på, at turisme kan udvikles på måder, hvor den bidrager positivt til fællesskaber og natur, samtidig med at turister får meningsfulde oplevelser. Turisme behøver ikke kun at ses som en udfordring, men kan også være en del af løsningen, hvis den tilrettelægges med fokus på lokale behov, ansvar og langsigtet værdi.

Måden turismen organiseres på, har altså stor betydning for, hvilken værdi den skaber – både for besøgende og for dem, der bor og lever i området.

Mere information om regenerativ turisme

[Podcast om bæredygtig turisme \(på dansk\):](#)



[Podcast om regenerativ turisme \(på engelsk\):](#)



[Video-introduktion til regenerativ turisme af Anna Pollock, som er en af grundlæggerne af regenerativ turismetænkning \(engelsk\):](#)



Verdens første havørredrev

Som del i Bælt i Balance og som et tilføj til at forbedre biodiversiteten og fiskebestanden i Lillebælt, er der i marts-april 2023 etableret et større vandvundring af Stor Å ved Vording. Smoltrevet er designet som et smoltrev, et rev som er tilpasset laksfisk, som havørreden. Smoltrevet består af ca. 2400 m3 sten der dækker ca. 1 ha. Revet er placeret ved udløbet af Stor Å, hvor der er ynglende havørreder.

Smoltrevet skal skabe mere biodiversitet og beskytte de unge havørreder mod rovdyr som skurv og rovfisk i denne kritiske fase af deres liv. De kan gennem sig i stenene i revet, så de større rovfisk ikke får fat på dem. Revet er optimeret i forhold til, hvilke dybder og placeringer smolt fortæller at opholde sig på. Dermed vil revet være med til at fremme overlevelsen og beskyttelsen af smolt og dermed bestanden af havørreder i Lillebælt.

Smoltet er de unge havørreder som har taget rejsen fra vandløbet ud i havet, efter de har opholdt sig i vandløbet i et til halvdået år. Inne de vender sig til saltvandsmiljøet i havet opholder de sig gerne et par uger i vandvundringen af vandløbet. Her og ude i havet kan de møde mange fjender inden de slipper sig omgivelserne og vokser sig store.

Etableringen af smoltrev er ligesom biostations og torskestenrev, en del af Naturpark Lillebælts Bælt i Balance projekt, som skal skabe forbedringer i Lillebælts havmiljø. Forskere fra DTU Aqua skal forskes i effekten af smoltrevet, og en række frivillige bidrager til denne forskning.

Læs mere om smoltrevet hos Fiskevej.dk

Se detaljeret kort med dybder (PDF)

Smoltrevet ved Vording med ca. 2400 m3 sten. Stenene er med ca. 50% dækning med sten længere ude end sten i bunden så der dannes huller til fisk og andet liv. Afmærkning med pæle og bøj.

Smoltrev uden sten
Fra DTU Aqua

Smoltrev med tang
Fra DTU Aqua

Smoltrev tæt på
Fra DTU Aqua

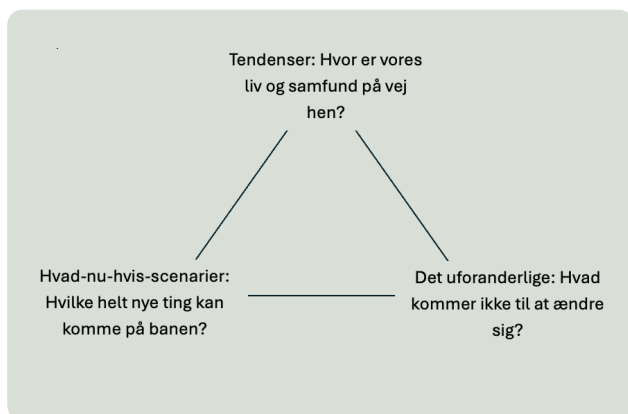
Figur 7: Screenshot fra Naturpark Lillebælts hjemmeside

Turisme i fremtiden - hvordan kigger man ind i fremtiden?

I dette afsnit kan du læse fremtidsforsker Carsten Beck fortælle om, hvordan man forestiller sig fremtiden.

Når fremtidsforskningen taler om fremtiden, omtales den altid i flertal. Det gør den fordi fremtiden ikke kan forudsiges. Det betyder ikke, at man ikke kan sige noget om fremtiden. Og det betyder slet ikke, at fremtiden ikke skal diskuteres.

Fremtidsforskningen tilbyder dog nogle tips og tricks for gode samtaler om fremtiden. En af de ting, som man kan gøre brug af, er Fremtidstrekanten. Den går i alt sin enkelthed ud på, at der er tre indfaldsvinkler til at snakke om for eksempel fremtidens turisme. Og en god samtale indeholder alle tre vinkler:



1. Hvad er det for nogle tendenser, som I ser i jeres eget liv og samfund i dag? Tendenser, som påvirker turistens og beboernes liv frem mod 2030. Tendenserne er ikke nødvendigvis forudsigelser, men snarere noget, man bør tage med i sine overvejelser. Et eksempel: AI er på alles læber her i 2026, og et godt bud er, at AI vil have udviklet sig yderligere i 2030. Hvad betyder det for den måde, vi kommunikerer med hinanden på, søger information på osv.? Det gælder både for beboerne i lokalområderne og for turisterne.

2. Hvilke nye ideer, trends eller temaer kunne tænkes at vokse markant i betydning. Her snakker vi ikke om tendenser men snarere om "hvad-nu-hvis": Hvad-nu-hvis alle turister er indenlandske? Hvad nu hvis mængden af turister i København tredobles? Hvad nu hvis det der er tilladt i dag, bliver forbudt? Eller hvis det der er forbudt i dag, bliver tilladt?
3. Det uforanderlige. Hvad er det, vi tænker ikke forandrer sig? Hvad er det, som vi tror stadigvæk gør sig gældende i 2030? Et eksempel kunne være de bygninger, der står i jeres lokalområde. Et andet eksempel kunne være nogle af de værdier og holdninger, som I mener, det er vigtigt, at I og andre bliver mødt med.

Når vi taler om fremtiden, tilbyder fremtidsforskningen desuden et par vigtige vinkler.

1. Hav modet til at tale om forandringer – uanset om man kan lide dem eller ej. Og hvis man synes en mulig forandring er negativ, kan man jo hurtigt begynde at diskutere, hvordan man kan ændre den.
2. Vær ærlig. Det gælder selvfølgelig for alle samtaler. Også dem om fremtiden. Dvs. vi bliver nødt til at tage den nutid, vi lever i, alvorligt og forholde os til den data, der er om fx turisme.
3. Fokusér på alt det, som er usikkert. Ingen kan forudsige fremtiden og sætte to streger under. Samtidig er der ofte en tendens til, at det er rarest og nemmest at tale om det, vi ved noget om/det, vi er "eksperter" i. Men det gælder ikke fremtiden. Her er det mindst lige så vigtigt at tale om alt det, vi er usikre på. Det betyder ofte, at det er en god ide at tale om forskellige scenarier: Hvad nu, hvis turismen og vores lokalområde ser ud som scenarie A? Hvad nu, hvis turismen og vores lokalområde ser ud som i scenarie B?
4. Husk, at folk er forskellige. Det, der kan virke som en god fremtid for en person, kan virke som et mareridt for andre. Lyt til hinanden.



Guidelines for borgersamlingen

Ansvar og fortrolighed

Som medlem af borgersamlingen repræsenterer du ikke bare sig selv, men en stor gruppe af medborgere, der matcher lige netop din statistiske profil. Derfor har du som medlem et ansvar for at tale på vegne af alle københavnere, som ligner eller minder om dig.

Derudover har du som medlem også et ansvar for at passe på borgersamlingens øvrige medlemmer. Borgersamlingen er et fortroligt rum, og alle skal trygt kunne dele deres personlige historier, oplevelser og synspunkter. Derfor beder vi alle medlemmer om at lytte og udvise respekt, når andre deler deres perspektiver på emnet – især hvis man er uenig.

OECD's principper for deliberative processer

Borgersamlingen skal leve op til en række OECD-principper. Det er 11 principper, som har til formål at sætte en international standard for deliberative processer. Principperne peger på, hvordan man sikrer borgersamlingens uafhængighed og legitimitet samtidig med, at man skaber en god, inkluderende proces for både politikere og borgere.

Principperne er

Formål: Borgersamling skal have et tydeligt formål, der er knyttet til et reelt afgrænset politisk problem.

Mandat: Beslutningstagerne forpligter sig offentligt til at besvare eller agere på borgernes anbefalinger inden for et rimeligt tidsrum.

Gennemsigtighed: Den deliberative proces er offentlig og mulig af følge. Alle procesmaterialer er offentligt tilgængelige.

Inklusion: Der tages hensyn til at forskellige grupper i samfundet skal kunne deltage.

Repræsentation: Borgersamlingens medlemmer anses som et mikrokosmos af den bredere befolkning.

Information: Borgersamlingens medlemmer skal have adgang til bred, relevant og tilgængelig information og ekspertise.

Fælles drøftelser: Medlemmerne skal gennem processen finde et fælles beslutningsgrundlag for deres anbefalinger til beslutningstagerne. Det forudsætter aktiv lytning, vægtning og overvejelse af forskellige perspektiver samt mulighed for at alle medlemmer kan tale og bidrage.

Tid: Deliberation kræver tid til at medlemmerne kan fordybe sig og reflektere over den viden de introducerer for, for dermed at kunne udvikle informerede anbefalinger til et komplekst politisk spørgsmål.

Armslængde: Processen skal organiseres med afsæt i et tredjepartsekretariat, der er uafhængig af opdragsgiver, interessenter og lobbyorganisationer.

Privatliv: Borgersamlingens medlemmers privatliv skal respekteres og beskyttes mod uønsket opmærksomhed i medier.

Evaluering: Borgerne skal have mulighed for en anonym evaluering af processen efter en række objektive kriterier (fx kvantitet og diversitet i informationer, mængden af tid til læring, faciliteringens uafhængighed).

[Du kan læse mere om OECD's principper, og hvad de konkret indebærer her](#)



OECD's principper for deliberative processer



