

VisitData og Attraktion

VisitData 

Hvorfor er nogle dage bedre end andre?

Nogle dage er bare bedre end andre.
Uden at man altid kan sætte fingeren på hvorfor.

Spørgsmålet er, hvordan man får øje på det, der gjorde forskellen.

Hvor får du viden fra i dag?

Når en dag går ekstra godt, er der næsten altid en forklaring. Det kan være flere gæster end normalt, godt vejr, aktivitet i området eller noget helt fjerde.

Spørgsmålet er, hvordan man får øje på de forklaringer i hverdagen – og hvordan de kan bruges til at skabe flere af de dage, hvor det hele spiller.





Danske virksomheder er verdensmestre i at tænke med hovedet og med maven

Dansk turisme drives af dygtige købmænd. Forretninger, der hver dag får tingene til at fungere og træffer gode beslutninger – baseret på erfaring, overblik og mavefornemmelse.

Det er grunden til, at turismen står stærkt i dag.

Godt i dag – endnu bedre i morgen

Selv de dygtigste købmænd kan få værdi ud af at vide mere.

Det handler ikke om at lave alting om.

Det handler om at blive lidt klogere på det, der allerede virker.



VisitData er ikke et IT-system. Det er et forspring.

Med VisitData får du overblik over, hvad der sker i og omkring din forretning. Det hjælper dig med at forstå dine dage, planlægge bedre og træffe beslutninger på et mere sikkert grundlag.

Kort sagt: mindre gætværk – mere overblik.

Danmarks bedste udsigt. Til data.

Med VisitData kan du:

- få overblik over overnatninger i området og se, hvor mange gæster der kommer
- sammenligne perioder over tid og med branchen. fx efterårsferien i år og sidste år
- forstå gæsternes nationaliteter og vaner: hvem kommer, og hvornår?
- se, hvordan vejret påvirker efterspørgsel og omsætning
- få indsigt i, hvor mange mennesker der opholder sig i området via teledata



Agenda

- 1 Hvad er VisitData?
- 2 Den tekniske del
- 3 Værdiskabelse med data
- 4 Sådan kommer du i gang med VisitData
- 5 Afslutning



Dansk turismes fælles dataplatform

VisitData 

**Data skal være tilgængeligt
og værdiskabende for
dansk turisme!**

VisitData 

VisitData er et værdifuldt fællesskab

- Partnerskab ml. VisitDenmark, Dansk Kyst- og Naturturisme, NTT Data, 19 destinationer
- Turismen som et økosystem
- Fællesskab & andelstanke
- Stærkere forretning –
 - Ny viden om gæstefærd
 - Bedre beslutningsgrundlag

VisitData består af

- Egne data
- Nationale datakilder
 - DMI
 - Nets
 - Teledata
- Branchens benchmark

VisitData er også...

- I løbende udvikling
- Der anvendes mange forskellige systemer, hvilket betyder, at implementeringen tager tid

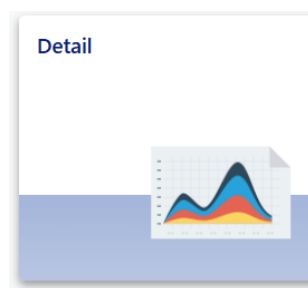
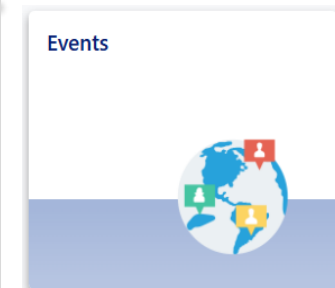
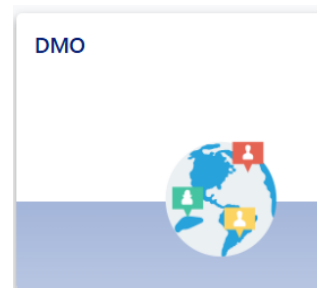
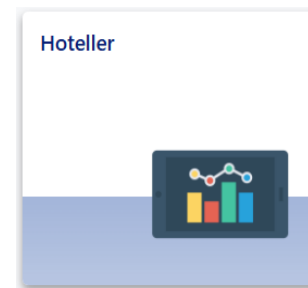
Den tekniske del...

VisitData 







VisitData – produkter til alle dele af turismen

Produkter/Dashboards

- Attraktioner
- Feriehuse
- Hotel
- Camping
- Destinationer
- Events
- Detailhandel
- Kulturområdet
- Restauranter – planlagt



VisitData kan mere end egne PMS/POS-systemer

| | Eget system | VisitData |
|---|---|---|
| Se egen data |  |  |
| Sammenligning med markedet – på branche og geografi |  |  |
| Se overnatninger i området |  |  |

Integrationer



Feriehus



Hotel



Camping



Attraktion



Detail



Kultur



= Integration i proces



Event



Light



DMO

Uden integration

Nationale datakilder



Vejrdata fra DMI

NORLYS

Teledata fra Telia

nets

Transaktionsdata fra Nets



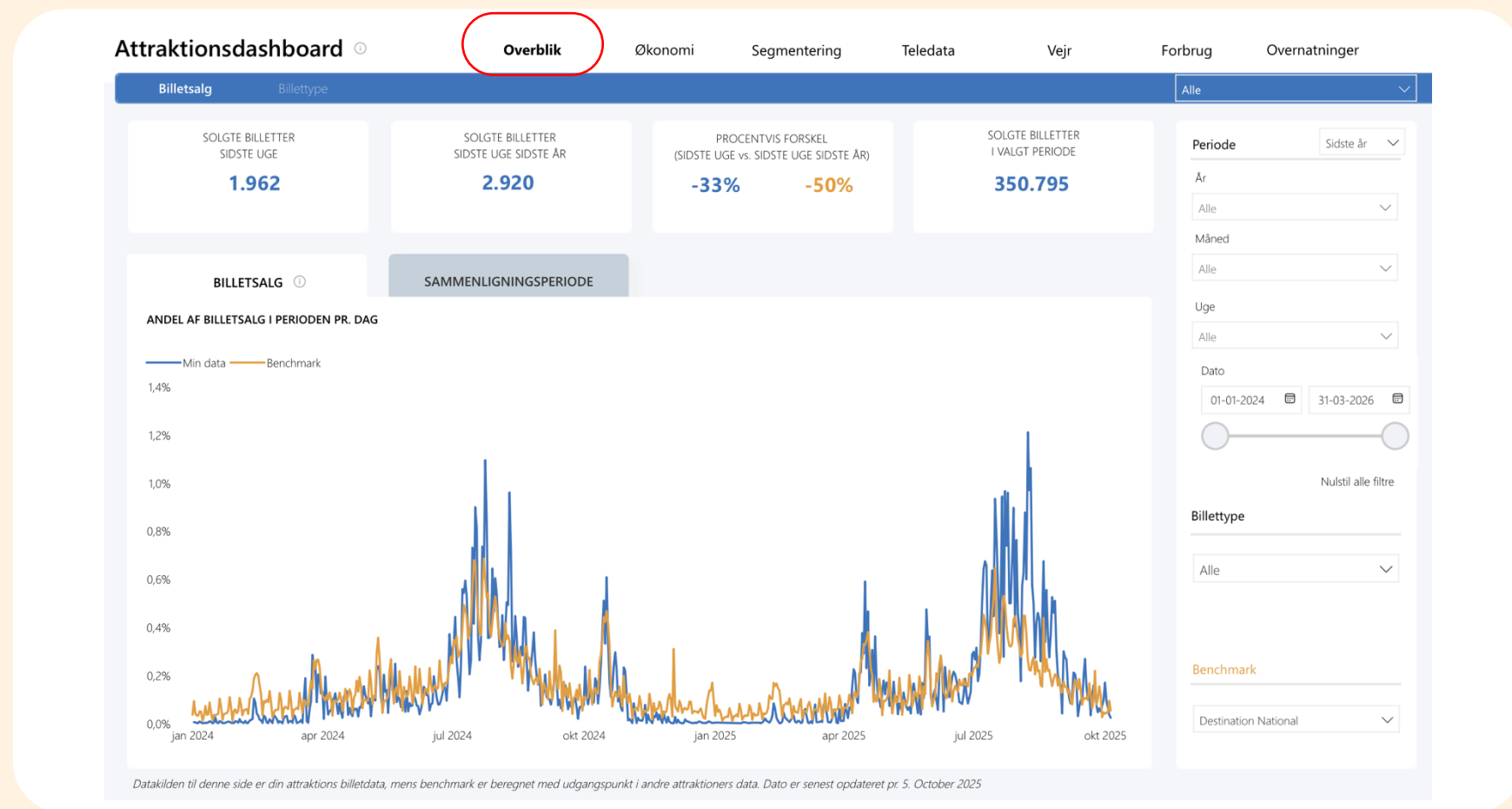
Overnatningstal fra
Danmarks Statistik

Derudover får du adgang til
overnatningsdata fra
branchen – og fra dit eget
område!

VisitData – produkter til alle dele af turismen

Attraktion

- Billetsalg og -type
- Omsætning fordelt på kategorier
- Gæsteoprindelse og -kommune
- Teledata: gæster i området
- Vejrdata: indflydelse på omsætning
- Forbrugsdata (indekseret forbrug på kategori og kommuneniveau)
- Kapacitetsudnyttelse i området ift. eget billetsalg



Attraktionsdashboard

Overblik

Økonomi

Segmentering

Teledata

Vejr

Forbrug

Overnatninger

Omsætning Salg og transaktioner

Alle

TOTAL OMSÆTNING

45.747.805 kr.

BILLETOMSÆTNING

24.657.270 kr.

AKTIVITETSOMSÆTNING

5.595.102 kr.

OMSÆTNING

5.163.703 kr. **10.331.730 kr.**

Butik

Café

Periode

Sidste år

År

Alle

Måned

Alle

Uge

Alle

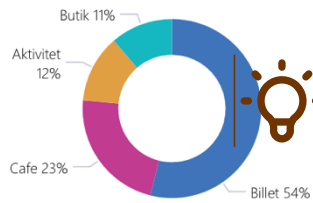
Dato

01-01-2024

31-03-2026

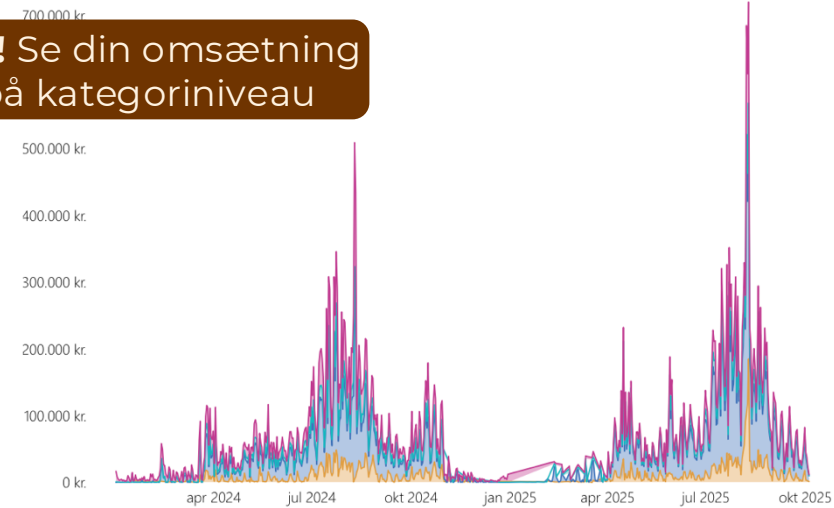
Nulstil alle filtre

OMSÆTNINGSFORDELING PER KATEGORI



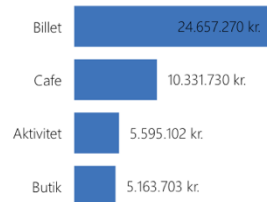
SAMLET OMSÆTNING PR KATEGORI PR DAG

Kategoritype Aktivitet Billet Butik Cafe



Tip! Se din omsætning på kategoriniveau

OMSÆTNINGSKATEGORIER



Datakilden til denne side er din egen billet- og transaktionsdata. Data er senest opdateret pr. 5. Oktober 2025

Alle

ANTAL BILLETTER PER KUNDELAND

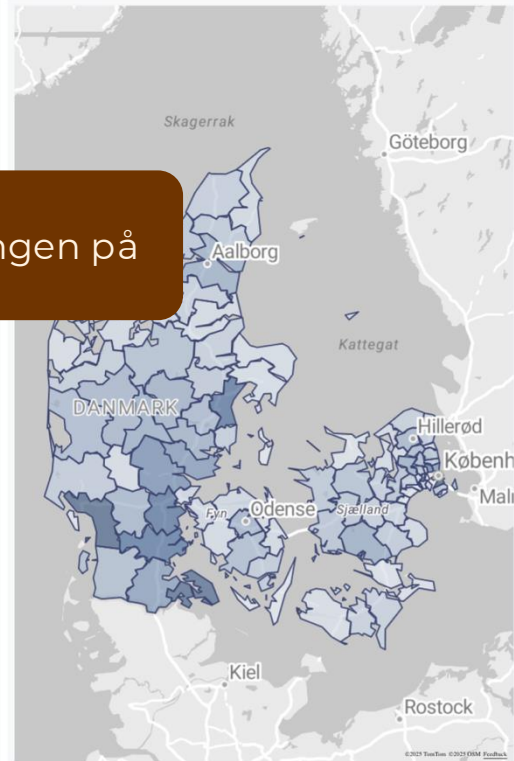
Kommune oplyst ● Ja ● Nej



SEGMENTERING PER KOMMUNE

| Kommune | Billetter solgt | Antal indbyggere | Billetter pr. Indbygger | Andel rige familier | Andel højtuddannede |
|------------|-----------------|------------------|-------------------------|---------------------|---------------------|
| København | 6.436 | 646.812 | 0,010 | 27 % | 33 % |
| Esbjerg | 5.247 | 115.477 | 0,044 | 33 % | 7 % |
| Senderborg | 4.570 | 73.806 | 0,063 | 31 % | 8 % |
| Aarhus | 3.872 | 355.607 | 0,010 | 28 % | 23 % |
| Kolding | 3.617 | 93.810 | 0,037 | 35 % | 10 % |
| Haderslev | 3.249 | 55.273 | 0,057 | 31 % | 5 % |
| Total | 720.614 | 5.883.562 | 0,542 | | |

Tip! Se nationalitetsfordelingen på dine gæster



Periode Sidste år

År Alle

Måned Alle

Uge Alle

Dato 01-01-2024 31-03-2026

Nulstil alle filtre

Dataikilden til denne side er din egen billetedata samt tal fra DST. Data er senest opdateret pr. 5. Oktober 2025

GNS. ANTAL PERSONER PER DAG

1.924.468



Tip! Se hvor mange mennesker, der er i dit område

INDBYGGERE (DST)

1.454.438

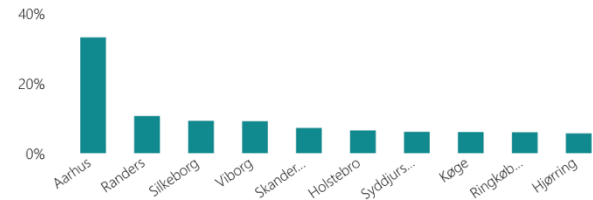
GNS. ANTAL TILREJSENDE PR. DAG I DET VALGTE OMRÅDE

-



KOMMUNER

KOMMUNE MAN ER VÅGNET I - TOP 10



BESØGSTAL PER DAG

| Dag | Besøgstal |
|-----|-----------|
| Mon | 1.921.012 |
| Tue | 1.919.475 |
| Wed | 1.934.992 |
| Thu | 1.951.886 |
| Fri | 2.004.051 |
| Sat | 1.887.395 |
| Sun | 1.850.941 |

Periode Sidste år

År Alle

Måned Alle

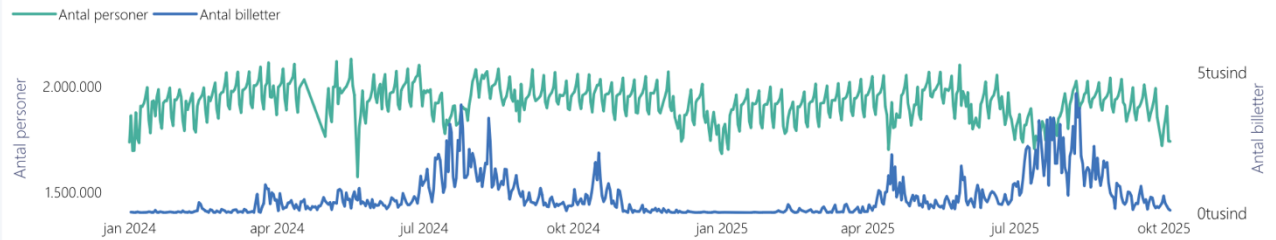
Uge Alle

Dato 01-01-2024 31-03-2026

Nulstil alle filtre

ANTAL PERSONER

SAMMENLIGNINGSPERIODE



Dataikilden til denne side er din egen billetedata samt data leveret af Telia. Data er senest opdateret pr. 5. oktober 2025

Teledata

Kommune Alle

Kommune (man er vågnet i) Alle

Alle

SAMLET OMSÆTNING I PERIODEN

45.747.805 kr.

GENNEMSNITLIG VIND PR. DAG

4,62 m/s

GENNEMSNITLIG NEDBØR PR. DAG

2,32 mm

GENNEMSNITLIG TEMPERATUR PR. DAG

10,3 °

GENNEMSNITLIG SOL PR. DAG

4,9 timer

Periode

Sidste år

År

Alle

Måned

Alle

Uge

Alle

Dato

01-01-2024

31-03-2026

Nulstil alle filtre

Omsætningskategori

Alle

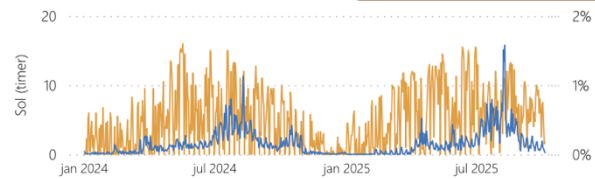
OMSÆTNING & VEJR

KORRELATIONER

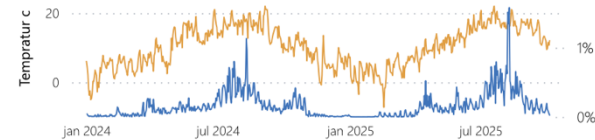
Vejr i Sønderborg

Omsætning og Sol

Sol (timer) Omsætning

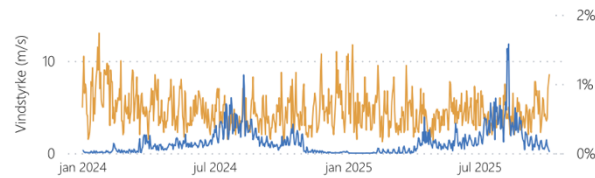


Tip! Se, hvordan vejret påvirker din omsætning



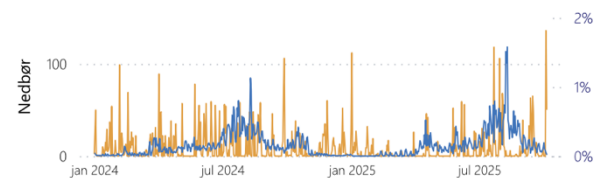
Omsætning og Vindstyrke

Vindstyrke (m/s) Omsætning



Omsætning og Nedbør

Nedbør Omsætning



Datakilden til denne side er din egen transaktionsdata samt offentlige vejrdato leveret af DMI. Data er senest opdateret pr. 5. oktober 2025

Attraktionsdashboard

Overblik

Økonomi

Segmentering

Teledata

Vejr

Forbrug

Overnatninger

Kapacitetsudnyttelse

Nationalitet

Tyske gæster

Danske gæster

Alle

SOLGTE BILLETTER
I VALGT PERIODE

350.795

KAPACITETSUDNYTTELSE BENCHMARK

45 %

ANDEL VOKSNE
OVERNATNING BENCHMARK

87 %

ANDEL BØRN
OVERNATNING BENCHMARK

13 %

Periode

Sidste år

År

Alle

Måned

Alle

Uge

Alle

Dato

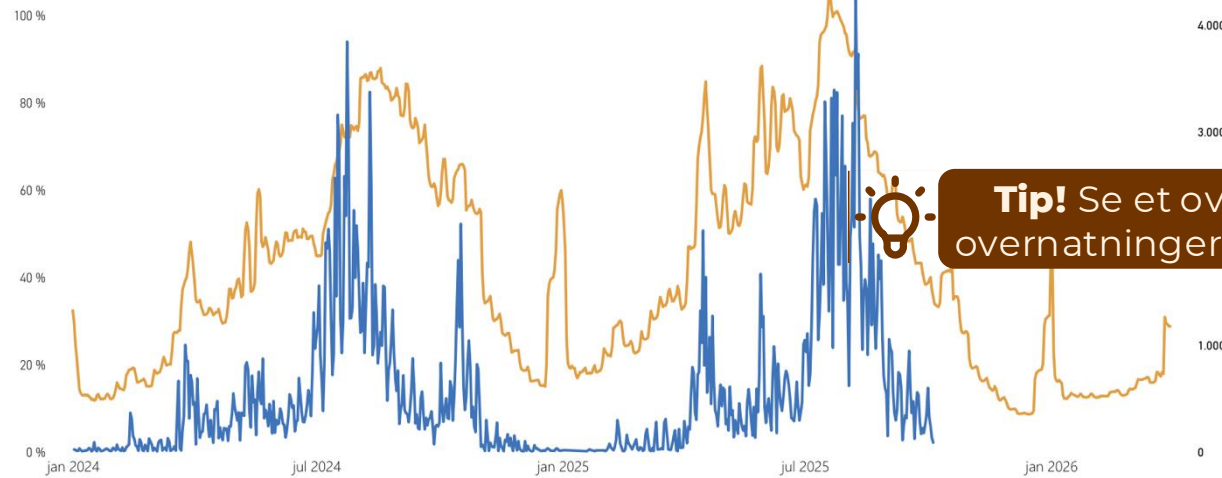
01-01-2024

31-03-2026

Nulstil alle filtre

KAPACITETSUDNYTTELSE vs. ANTAL BILLETTER

Kapacitetsudnyttelse Antal billetter



Tip! Se et overblik over overnatninger i dit område

- Camping
- Feriehus
- Hoteller
- Samlet

Sammenligningsområde

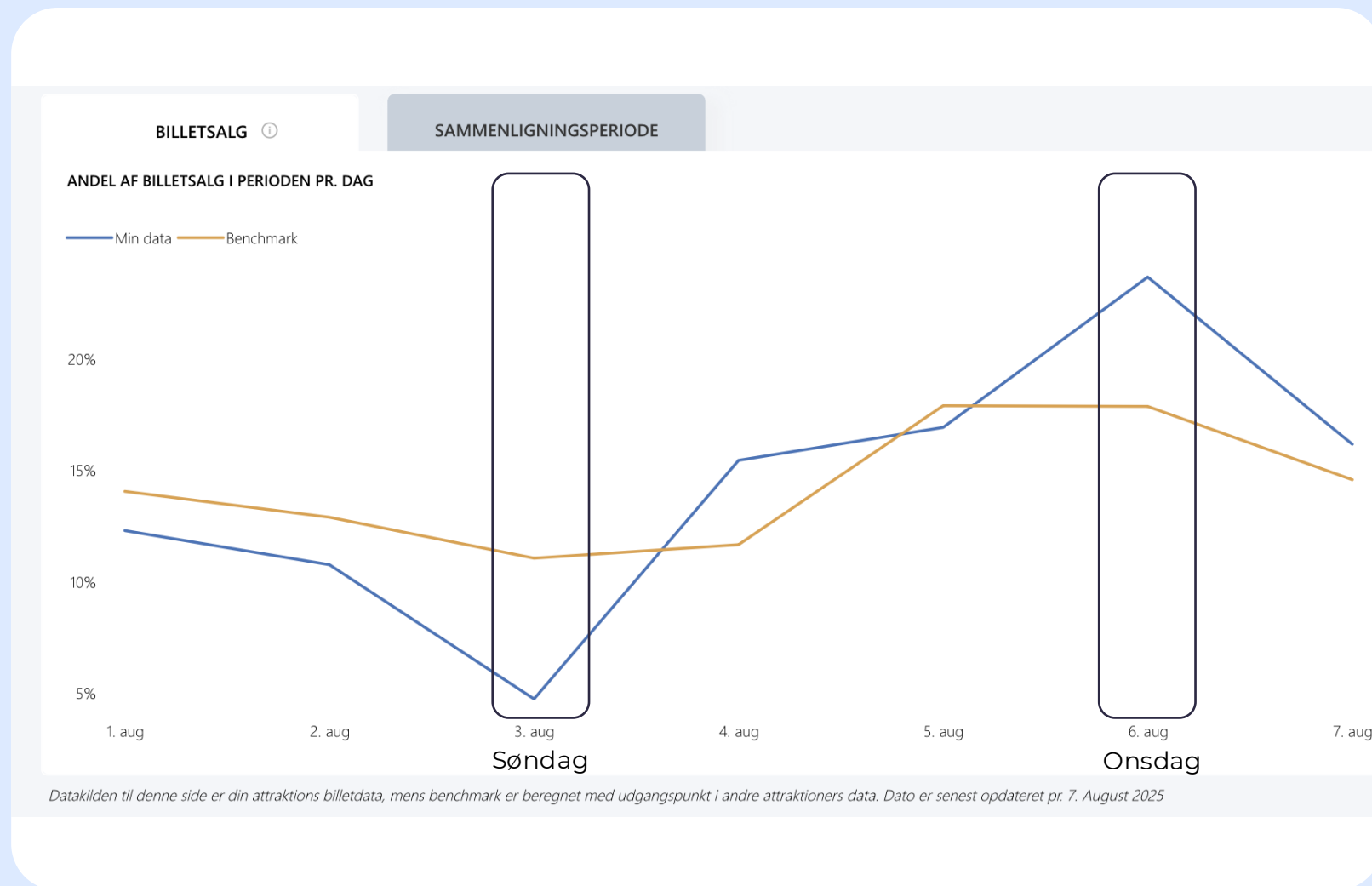
Destination National

Datakilderne til denne side er din egen data samt benchmark for overnatningsdata fordelt på hhv. hoteller, campingpladser og feriehus. Data er senest opdateret pr. 5. October ...

**VisitData kan
ikke skabe værdi
– det kan I!**

VisitData 

Eksempel – Billetsalg i august



Datatype

- Billetsalg for første uge af august
- Blå = din forretnings data
- Orange = benchmark (regional)

Indsigt

- Vi sælger en mindre andel billetter d. 3. august (søndag) end andre i området
- Til gengæld sælger vi en større andel billetter d. 6. august (onsdag) end andre i området

Nysgerrighed

- Hvorfor denne forskel? Ser det sådan ud andre søndage også?
- Skal vi overveje at skrue op for markedsføring af, at vi har søndagsåbent?

Handling

- Gør det - og mål indsatsen. Husk kun at ændre én ting ad gangen.

VisitData hjælper med at forstå ugetendenser



Udfordring

På Museum *Danmarks Perle* er de i tvivl om, hvordan deres gæster fordeler sig på ugedagene ift. andre museer i området. Er der potentiale for at tiltrække flere gæster på bestemte ugedage?



Indsigt

På VisitData kan de se, at ligger under deres lokale benchmark og at de altså har et potentiale for at tiltrække flere gæster om søndagen ift. andre museer i området.



Resultat/handling

De laver en målrettet marketingindsats for at tiltrække flere gæster om søndagen. De sørger for kun at ændre denne ene ting for at de kan måle effekten af den.

De måler efterfølgende indsatsen.

Den data-drevne formel

VisitData

Data

+

Indsigt

- Platform
- Sikkerhed
- Ensretning
- Diskretion
- Integrationer
- Indkøb
- Onboarding

- Dashboards
- Struktur



Aktør

Hvorfor?

+

Handling

+

Resultat

- Årsager
- Teser

- Lav en ændring

- Mål på det

Brug data i hverdagen

Dyk ned i, hvad der er sket i din forretning for at forstå *i går*...

Hvilke gæster har vi? (børn/voksne, grupper, skoler?)
Hvor kommer de fra? (Land, region)

Hvilke billettyper køber de?
Hvilke cafévarer køber de?

Hvornår køber gæster hvilke varer i vores café? Hvilke tendenser kan vi se?

Hvornår har vi mange gæster i området? Både når det gælder overnattende og endagsgæster.

Hvordan påvirker vejret vores billet- og café salg?



... så du kan forudse og forbedre *i morgen!*

Hvilke gæstetyper og nationaliteter har vi potentiale for at tiltrække flere af ift. andre attraktioner i området?

Hvilke billettyper og cafévarer er der potentiale i at afsætte flere af ift. andre attraktioner i området?

Hvilke varer skal vi have på hylderne når bestemte gæstetyper kommer?

Hvilke gæster er der potentiale for at tiltrække i de kommende måneder?

Hvilke tiltag kan vi gøre ift. bemanning og drift ift. vejrprognoser? (Sol, regn, vindstyrke, temperatur)



**Sådan kommer
du i gang med
VisitData...**

VisitData 

Benchmark og diskretionsprincipper

Benchmark i en destination opnås ved:

- Min. 3 virksomheder på platformen i en given destination
- 2 virksomheder må ikke udgøre mere end 80% af markedet

Benchmark giver adgang til:

- Sammenlign dine data med andre attraktioner i destination
- Sammenlign dine data på nationalt niveau med attraktioner udenfor din destination

Alt data er anonymt

Bliv en del af VisitData

Datapartner

- ✓ Gratis oprettelse
- ✓ Gratis abonnement

Styrk dansk turisme og din lokale destination

Databrunder

- ✓ 1000,- i onboarding
- ✓ 300,-/md i abonnement

Styrk din egen forretning, dansk turisme og din lokale destination

Hvornår og hvordan kan du komme på VisitData som DataBruger?

1. Opstart af onboarding



Du er i kontakt med dit destinationsselskab og får et overblik over, hvad VisitData kan. Du ønsker at blive en del af VisitData og dit destinationsselskab sørger for, at du får sendt en brugeraftale fra VisitDenmark til underskrift.

2. Indhentning af data



Du får tilsendt en vejledning, som forklarer, hvordan VisitData kan indhente den relevante data.

Typisk vil du kontakte din systemleverandør – og i samarbejde med dem sørger VisitData-teamet for at den relevante data deles med VisitData.

3. Modtagelse af FAQ



Du modtager en e-mail når du kan begynde at bruge VisitData og får tilsendt en søgbar FAQ fra dit destinationsselskab som hjælp til at besvare spørgsmål i VisitData.

4. VisitData som redskab



Du begynder at bruge VisitData. Du logger på dagligt, ugentligt eller månedligt alt efter dit behov.

5. Drift og support



Du kontakter dit destinationsselskab ved behov for support – om nødvendigt, så kontakter de VisitData for at finde en løsning.

Tid i alt

2 uger fra materiale er indsendt til brug af VisitData



TIP! Et destinationsselskab er den organisation, der arbejder med at udvikle og markedsføre turismen i dit område – typisk Visit(Region) eller Destination*Region)

Kontakt dit lokale destinationsselskab og bliv en del af samarbejdet

VisitData 



TIP! Et destinationsselskab er den organisation, der arbejder med at udvikle og markedsføre turismen i dit område – typisk Visit(Region) eller Destination(Region)

The image is a composite of two winter festival scenes. On the left, a colorful carousel with ornate, painted panels and a white and red striped top is partially visible. On the right, a large, leafless tree is decorated with numerous red heart-shaped ornaments. In the foreground, a white wooden fence separates the carousel area from a snow-covered walkway where several people are walking. A small green and white structure, possibly a ticket booth or information stand, is also visible. The overall atmosphere is festive and wintry.

Vær med til at styrke attraktionsbranchen og din destination

VisitData 

**Spørgsmål
eller input?**