

Dansk Camping 2025

Et uforløst potentiale: Sæt camping fri og styrk dansk turisme

Camping er danskernes foretrukne ferieform, og den skal styrkes til fordel for væksten i dansk turisme.

Denne rapport giver en status på Dansk Camping i 2025 via en gennemgang af data, statistik og analyser.

Vi beskriver herefter udfordringerne samt potentialet og kommer til slut med anbefalinger om, hvad vi kan gøre for at forbedre vilkårene for dansk camping/outdoorturisme.

8. OKTOBER

Camping Outdoor Danmark



Dansk Camping 2025 – Et uforløst potentiale

Executive summary

- Camping er danskernes foretrukne og mest populære ferieform om sommeren, men taber markedsandele til hoteller og feriehuse.
- Antallet af danske campister står i stampe, mens antallet af tyske og hollandske og andre udenlandske turister stiger.
- Belægningsprocenten er lav og kapaciteten er stor – der er mulighed for vækst
- Camping er nøglen til turismevækst i landdistrikterne, men hæmmes af regler, afgifter og manglende politisk prioritering.
- Branchen rummer et stort vækstpotentiale, især hvis regler lempes, sæsonen forlænges, og kommuner/Christiansborg tager branchen seriøst.

Introduktion

Camping er danskernes mest populære og foretrukne ferieform (se figur 1), og landdistrikternes vigtigste overnatningsform, men branchen taber gradvist markedsandele til hoteller og feriehuse, især da danskerne i stigende grad fravælger camping. Med lav belægning, faldende salg af vogne, høje afgifter og stramme regler udnyttes potentialet ikke.

		Juli	August
2024	Hoteller	1216206	1221187
	Camping	2408505	1287209
	Feriehuse	1687941	559375

Figur 1 Camping er danskernes foretrukne ferieform i højsæsonen - både juli og august

På den anden side så søger flere udenlandske gæster – især tyskere og hollændere – mod Danmark for naturoplevelser, ro, fred og stabilitet. Hvis rammevilkårene forbedres og vi vender tendensen blandt danskerne og samtidig tiltrækker flere udenlandske gæster, så kan camping blive en sand vækstmotor for dansk turisme.

Denne rapport viser, at camping har et stort uforløst potentiale og bør prioriteres politisk, kommunalt og strategisk som en nøgle til fremtidens grønne turisme.

Statusopdatering 2025: hvad er der sket siden sidste år?

Siden Camping Outdoor Danmarks seneste rapport i september 2024, har der fra politisk og turismemæssig side været en række tiltag i forhold til campingbranchen.

Arbejdsgruppen for campingregler

Plan- og Landdistriktsstyrelsen nedsatte i november 2024 en arbejdsgruppe, der havde til formål at se nærmere på og drøfte reglerne på campingområdet med campingbranchen, herunder i forhold til branchens udviklingsmuligheder og -behov. Camping Outdoor Danmark deltog med 3 repræsentanter. Udover direktøren, deltog First Camp og Hedebo Strand Camping også. Der blev afholdt 5 arbejdsgruppemøder, hvor der blev fokuseret på fem hovedtemaer: Enhedspladsens indretning, vintercampering, hyttestørrelser, satellitpladser for autocampere samt reglerne for autocampercampering/parkering. Plan- og Landdistriktsstyrelsen forventes at fremlægge de endelige anbefalinger til by-, land- og kirkeminister Morten Dahlin i oktober. Herefter begynder den politiske proces med implementeringen. Lempelser i reglerne er afgørende for, at danske campingpladser kan udvikle sig og konkurrere på lige vilkår med udenlandske pladser og andre ferieformer.

Camping hos de danske destinationer

Hos de danske destinationer har der været en stigende fokus på camping i de seneste år. Det har udmøntet sig i nogle konkrete tiltag det seneste år. De Danske Destinationer og Dansk Kyst- og Naturturisme er på trapperne med et campinginitiativ, der skal styrke dansk camping. I løbet af efteråret bliver sløret løftet i forhold til de konkrete indsatsområder.

De enkelte destinationer har også sat ting i værk for campingbranchen. Bl.a. har Destination Sjælland var på rundtur og på besøg hos samtlige deres 22 campingpladser for at skabe kendskab og lytte. Det udmøntes i et møde med campingpladserne i oktober, hvor yderligere samarbejde bliver drøftet. Destination Trekantområdet har lavet en markedsføringskampagne med en stor del af campingpladserne, hvor Holland og Tyskland har været målgruppen. Destination Himmerland har bidraget til campingpladsernes øgede fokus på autocamperturisterne, og i forbindelse med det promoveret campingpladsernes store indsats for at tiltrække autocamperturisterne.

Kommunernes indsats for camping

Rundt omkring i landet har kommunerne helliget sig arbejdet med at styrke campingerhvervet. Fx i Varde Kommune fortsætter de det tætte samarbejde mellem kommune og campingpladser for at udvikle erhvervet. Ligeledes har kommuner som Slagelse, Kolding og Bornholm i det seneste år kommet med tiltag, der skal hjælpe campingpladserne med at få flere overnatninger. Mange kommuner forstår at campingpladserne leverer en stor del af overnatningskapaciteten i deres områder. Camping Outdoor Danmark har bidraget til at disse kommuner opprioriterer campingerhvervet.

Desværre ser vi også kommuner, hvor forståelsen for campingerhvervets behov er mindre. Det ses blandt andet ved manglen på klare og ensartede regler for etablering af campingpladser – særligt i forhold til den voksende autocamperturisme. I eksempelvis Aalborg, Frederikshavn og Hjørring kommuner etableres der gratis overnatningsmuligheder for autocampere, samt flere betalte pladser på lystbådehavne, uden at disse er underlagt campingreglementets krav. Det skaber urimelig konkurrence for campingpladserne, som skal leve op til langt mere ressourcekrævende og fordyrende regler. Campingpladserne har det ganske enkelt svært med at konkurrere med gratis eller uregulerede overnatningsmuligheder.

CO₂-afgifter giver campingforhandlerne problemer

Campingimportører og -forhandlere har oplevet et vanskeligt forår, efter at Skatteministeriet indførte nye regler for beregning af CO₂-udledning på autocampere – specifikt for modeller med **Heavy Duty (HD)**-motorer. Den nye beregningsmetode har reelt fordoblet de årlige afgifter for disse autocampere, hvilket har fået mange kunder til at udskyde deres køb. Motorstyrelsen har pr. 1. juli og 1. oktober 2025 indført midlertidige regler, som gør det muligt for forhandlerne at anvende sammenlignelige COC'er til afgiftsberegning. Men løsningen er kun kortvarig, da autocampere med **Light Duty (LD)**-motorer gradvist udfases inden for de næste to år. Derefter vil der ikke længere være sammenlignelige COC'er til rådighed.

Nyt EU-direktiv giver mulighed for at køre autocampere op til 4,25 ton med B-kørekort

EU har i september 2025 vedtaget et nyt direktiv, der gør det muligt at føre autocampere på op til 4,25 ton med almindeligt B-kørekort. Direktivet kan nu implementeres i Danmark, men processen forventes at tage tid.

Medlemslandene skal først indarbejde reglerne i deres nationale lovgivning, hvilket kræver politiske forhandlinger og vedtagelser i de respektive parlamenter. Derudover skal EU's kørekortskomite fastlægge en fælles strategi og sikre ensartet anvendelse på tværs af landegrænser.

Medlemslandene har fire år til at implementere direktivet – men forhåbentlig tager det ikke så lang tid, før danske forbrugere kan få glæde af ændringen.

Status på Camping 2025

Camping taber markedsandele men der er lyspunkter

Turistovernatninger slog rekord i 2024 med over 65 mio. overnatninger, men camping fik en mindre bid af kagen. Campingpladserne havde i 2024 med 12,2 mio. overnatninger et fald på ca. 600.000 svarende til 4 % færre overnatninger ift. 2022. Det skyldes et fald af danske overnatninger på 8 %, mens udenlandske overnatninger til gengæld steg med 2 %. Så udenlandske turister er glade for dansk camping.

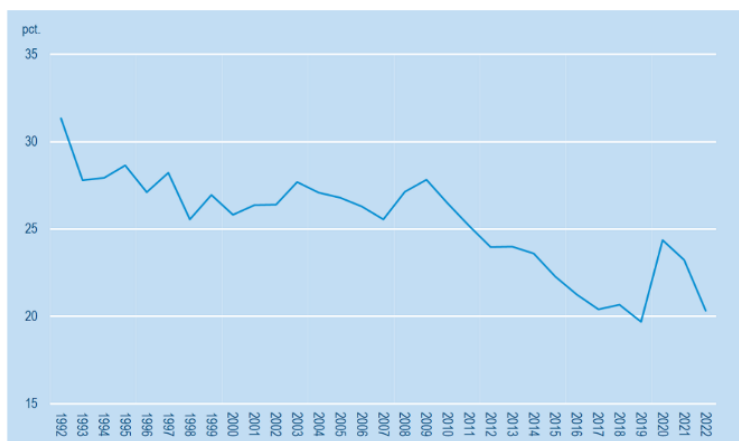
Figur 2 viser, at camping ikke havde samme procentvise stigning som de to andre større ferieformer: Hoteller og feriehus stod endnu engang for de største stigninger i overnatningstal i 2024. Camping er blot steget (endda fra et lavere startniveau) med 14 % siden 2017 – de andre med over 20%.

	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Hoteller og Feriecentre i alt	19455100	19898114	21037168	11690061	15063521	23132748	24006890	24889376
Camping	10669339	11122184	11036842	10853437	11952357	12751345	12177921	12179686
Feriehuse	19246602	19523915	20728073	19869927	21838507	23253775	22937262	23476138
Hoteller og Feriecentre i alt	100	102,28	108,13	60,09	77,43	118,9	123,4	127,93
Camping	100	104,24	103,44	101,73	112,03	119,51	114,14	114,16
Feriehuse	100	101,44	107,7	103,24	113,47	120,82	119,18	121,98

Fig. 2. Camping overnatninger sammenlignet med andre ferieformer de sidste 7 år. Index 2017 (Danmarks Statistik, 2025).

Camping har længe tabt markedsandele

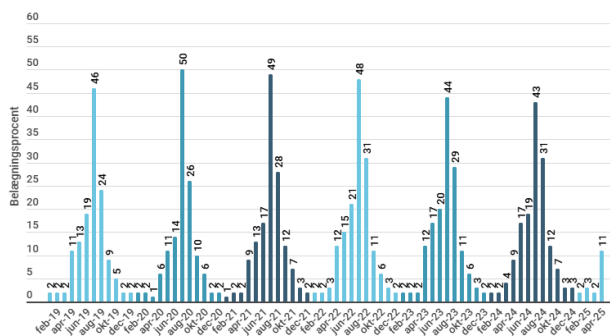
Camping er stagneret siden 1992, hvor der var næsten 13 mio. overnatninger. Turismeovernatninger er dog ikke stagneret, og problemet er, at camping har tabt store markedsandele til andre ferieformer. Som figur 3 viser, foregik 32 % af årlige overnatninger på en campingplads i 1992. I 2022 var det 20 %. I 2024 er tallet stadig nedadgående og camping udgør nu 18% af alle overnatninger.



Figur 3 procentvis fald i campingovernatninger i forhold til andre overnatningsformer (Løvgren, 2023)

Lav belægningsprocent, ledig kapacitet og potentiale for vækst

Danske campingpladser er desværre ikke booket op i højsæsonen. I højsæsonen 2022 var belægningen på 49% og i 2024 på 43% (se Figur 4). Desuden har langt de fleste campingpladser lukket om vinteren, idet det iht. de gældende love er svært at få lov til at have vintercamping. Der er således et kæmpe potentiale for vækst.



Figur 4. Belægning på danske campingpladser 2019 – 2024 (Horesta Camping, 2025)

Fald i omsætningen

Omsætningen i dansk camping steg under Corona, men faldt i højsæsonen 2023 i sammenligning med året før (figur 5). Omsætningen hos hoteller steg i 2023. Camping oplever derfor desværre en nedgang, mens andre ferieformer går frem.

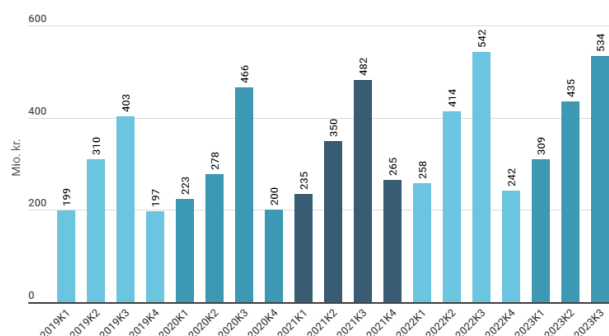
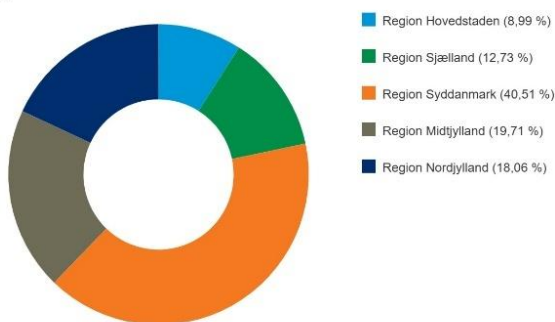


Fig. 5. Omsætning i campingbranchen 2019 – 2023 (Horesta Camping (2023))

Overnatningerne er skævt fordelt: Uundværlige i Vestdanmark, mindre udbredt i Østdanmark

Overnatninger (Antal)

Periode: Hele året | Gæstens nationalitet: I alt | Overnatningsform: Camping | Tid: 2024:



Overnatningerne på campingpladser fordelte sig meget forskelligt fra region til region. 40 % af overnatninger fandt sted i Region Syddanmark. De resterende campingovernatninger fordelte sig således, at Region Midtjylland og Region Nordjylland havde hhv. 19 og 18 %, mens Region Sjælland og Hovedstaden havde hhv. 12 og 8 %. Dermed skete 78 % af alle overnatninger på campingpladser vest for Storebælt, mens campingpladserne øst for havde stod for blot 21 % (figur 6). Dvs. nogle regioner er meget afhængige af camping som indtægtskilde.

Figur 6. Figur 6. overnatninger fordelt på regioner (Danmarks Statistik, 2025)

Danskerne camperer mindre - tyskere og hollændere camperer mere

Mens danskerne elsker at rejse, har de ikke øget deres interesse i dansk camping. Som figur 7 illustrerer, har der siden 2019 har der overordnet været et lille fald i danske overnatninger. Den svage stigning vi samlet oplever på danske campingpladser, kan dermed tilskrives udenlandske turister, der er steget 35% siden 2019. Det til trods for et fald af norske og svenske turister, der bl.a. modsvares af en stor stigning i tyske og hollandske campister.

Indeks (2019 = 100)	I alt	Danmark	Udlandet	Indeks (2019=100)	2019	2020	2021	2022	2023	2024
2019	11.036.842	7.840.709	3.196.133	Verden udenfor Danmark	100	66,63	71,96	127,35	130,69	135,78
2022	12.751.345	8.680.932	4.070.413	Nederlandene	100	30,62	58,87	137,51	142,31	140,56
2023	12.196.755	8.021.357	4.175.398	Norge	100	37,02	19,06	95,47	62,86	60,3
2024	12 179	7.839 856	4 339 830	Sverige	100	17,5	27,77	106,93	83,34	75,67
Index	110,35	99,99	135,78	Tyskland	100	90,43	91,76	133,94	144,41	153,59

Figur 7. Tabel til højre viser vækst i campingovernatninger 2019 til 2024, Danmark og udlandet, mens tabel til højre viser stigning eller fald i udvalgte udenlandske gæster.

Salget af autocampere og campingvogne falder støt

Campingforhandlerne er en vigtig del af fødekæden for campingbranchen. De vogne, de sælger, kommer ud og camperer på de danske campingpladser. Derfor er det bekymrende, at salget falder år efter år. Ifølge figur 8 er salget af både campingvogne og autocampere i 2024 halveret i forhold til 2021. De første 9 måneder af 2025 fortsætter den triste tendens for campingvogne, med et fald på 25% i forhold til året før. På den anden side har vi set en meget lille stigning på 2% på autocampersiden i 2025, men det kan i høj grad skyldes, at forhandlerne sælger ud af autocampere med LD-motor, som ikke er ramt af stigningerne i de grønne afgifter.

indeks 100 - 2021	2021	2022	2023	2024	index 2024
Campingvogne	2897	2260	1784	1540	53
Autocampere	1699	1271	1100	825	48

Figur 8. Salget af campingvogne og autocampere fra 2021 - 2024. 2021 er indeks 100 (Bilstatistik.dk, 2025).

Danskernes rejsevaner: Ophold i Danmark som supplement til udlandsrejsen

Efter Corona er danskernes rejsevaner igen rettet mod udlandet. En rapport af Petersen, Ballantyne & Fals (2024), baseret på en spørgeskemaundersøgelse, konstaterer at ferie på hjemmeholdet og i Danmark er udbredt, men det fungerer i højere grad som et supplement til udlandsrejser end som en erstatning. Det vil sige, at danskerne vil til udlandet, men de kan godt tilbringe noget af deres ferie derhjemme.

Flyrejser sætter rekord i 2025: Danskerne vil igen til udlandet efter Corona

Coronarestriktionerne fik mange danskere til at holde ferie herhjemme. I 2021 var der derfor rekordmange danske overnatninger i Danmark med over 34 mio., men som figur 9 viser, er kurven siden knækket og danskerne søger igen til udlandet på ferie.

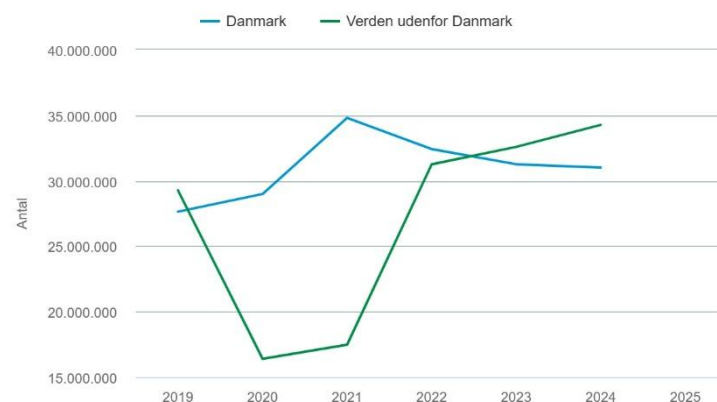
Flyrejser er den mest populære rejseform efterfulgt af bilen. Fx kunne Københavns Lufthavn 6. august (CPH, 2025) oplyse, at juli blev den travleste måned nogensinde i lufthavnens historie. 3.3 mio. passagerer rejste gennem terminalerne.

Spanien var den mest populære feriedestination blandt danskerne efterfulgt af

Grækenland, Italien, Frankrig og Tyrkiet. Danskerne lader sig tilsyneladende ikke afskrække af varmere temperaturer. De fravælger derfor dansk turisme og camping til fordel for udlandsrejser. Danmarks statistik (2025b) oplyser endvidere at badeferie var det primære formål for danskernes lange ferierejser både i Danmark og til udlandet. I 54 pct. af de lange ferierejser i Danmark var formålet badeferie, og i 77 pct. af rejserne til udlandet var formålet badeferie. Badeferie er derfor, hvad danskerne søger i udlandet.

Overnatninger

Periode: Hele året | Overnatningsform: Alle typer | Gæstens nationalitet:



Figur 9. Danske overnatninger i Danmark og fra udlandet, Danmarks statistik, 2025b

Danskerne fravælger camping pga. komfort, faciliteter og vejret.

Camping Outdoor Danmark tog i juli måned 2025 ud i Billund Lufthavn for at lave en spørgeundersøgelse blandt danskerne om deres rejsevaner; hvorfor de flyver udenlands og hvorfor de ikke camperer. Vi fandt ud af at mange af dem, der ikke har lyst til at campere, forbinder det med manglende komfort. Fx siger en af de adspurgte: "Det er ikke mig at stå i kø for at komme i bad. Det der med at dele med andre og stå i kø. Det er en no go. Det er for primitivt". Mange fremhævede netop, at camping opleves som for primitivt – især når man skal dele bade- og toiletfaciliteter med andre, stå i kø eller undvære den luksus, som de forbinder med hoteller.

Andre adspurgte peger på vejret som en afgørende barriere: risikoen for kulde og regn gør, at de hellere vil rejse sydpå. Nogle nævner desuden, at camping kræver for meget praktisk arbejde. Som en person siger: "Vi vil helst holde 100 % ferie og ikke skulle lave mad selv. På camping flytter man jo bare køkkenet til et andet sted". De oplever ikke camping som rigtig ferie. Enkelte har tidligere haft negative oplevelser, f.eks. kedelige pladser uden aktiviteter eller manglende sociale muligheder. Fx siger en forælder til 2 børn: "men det var lidt trist. Der var ikke nogen andre børn og der var ikke nok legeplads." De synes altså ikke campingpladsen tilbød nok legemuligheder for børnene.

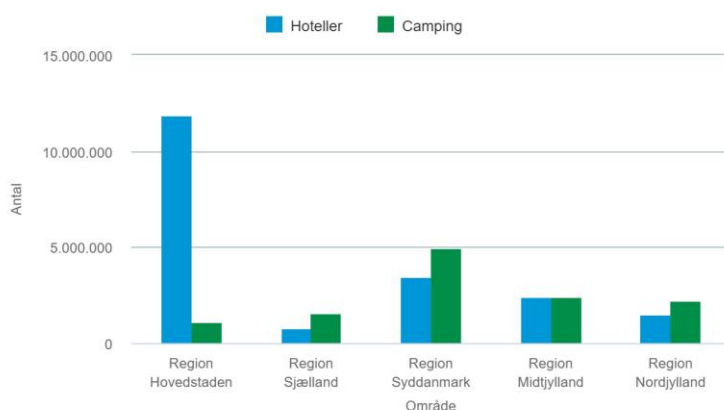
Samtidig er der dog flere lyspunkter. Mange har positive minder fra barndommen med camping, og flere kunne godt forestille sig at prøve igen – især hvis standarden er højere, med egne faciliteter eller mulighed for at bo i hytter eller glamping. Flere nævner også, at børnene gerne vil campere, og at gode legepladser og sociale aktiviteter kan være afgørende. Endelig ser man en interesse i camping som en hyggelig og fleksibel ferieform, hvis den kan kombineres med komfort og gode rammer.

Camping er vigtig for dansk turisme

Camping er danskernes foretrukne ferieform. Campingbranchens ve og vel er derfor vigtig. Den spiller en stor rolle for økonomisk bæredygtig udvikling i landdistrikterne og overordnet set for dansk turisme. Der er geografisk ulighed i Danmark. Landdistrikterne taber terræn til byerne i forhold til infrastruktur, sundhed, levealder, indkomst og uddannelsesniveau. 69.000 huse i landdistrikterne står tomme, de ressourcerstærke flytter til byerne, skoler og butikker lukker og landsbyer forsvinder (Bjørnshave Noe et al., 2023; Dornwirth, 2025). Det er en ond cirkel, som skal vendes.

Overnatninger

Gæstens nationalitet: I alt | Tid: 2024 | Overnatningsform:



Figur 10. Overnatninger i regionerne: camping og hoteller (Danmarks Statistik, 2025)

Landdistrikterne har dog en hel unik ressource at trække på: Naturen. De smukke strande, søer og skove. Det tiltrækker mange turister og giver et indkomstgrundlag for de lokale borgere. Derfor skal turismen styrkes i udkantsdanmark/landdistrikterne, så der kan bevares og skabes flere jobs og højere vækst. Og netop camping er den største overnatningsform i landdistrikterne. Som Figur 10 viser, har camping flere overnatninger i alle danske regioner ift. hoteller undtagen Region Hovedstaden. Camping spiller dermed en vigtig rolle i landdistrikterne: som arbejdsplads og som vækstmotor.

Regeringens turismestrategi satser på bæredygtig turisme i landdistrikterne

Regeringen udgav i oktober 2024 en ny turismestrategi: *Veje til Bæredygtig turismevækst*, som pointerer at turismen er en afgørende drivkraft for den økonomiske udvikling i en række landdistrikter, og bæredygtig turisme handler derfor også om bosætning og arbejdspladser i landdistrikterne, samt sammenhængskraften i Danmark (Regeringen, 2024). Ydermere ønsker regeringen, at turismen skal være en del af den grønne omstilling og Danmarks skal styrke dets position som miljøvenligt rejsemål. Camping er helt klart den ferieform, hvor der er størst potentiale for vækst i landdistrikterne; Der er ledig kapacitet. Ydermere er det også en grøn ferieform; Folk kører på camping – ofte fra destinationer tæt på. De skal ikke flyve dertil. Camping er ikke en ressourcetung ferieform. Derfor er det vigtigt, at camping får højeste prioritet i det fortsatte arbejde med at udvikle dansk turisme.

Stort uforløst potentiale for Dansk Camping – også om vinteren

Dansk camping har et uforløst potentiale. Med lave belægningsprocenter og generelt stigende efterspørgsel efter naturoplevelser, har dansk camping en anelig kapacitet for vækst, som bør udnyttes til fordel for dansk turismeudvikling. Den stigende efterspørgsel efter camping fra bl.a. tyske og nederlandske turister, samt væksten i camping i disse lande viser, at der er grobund for vækst i dansk camping.

Trends taler for vækst i camping

De nationale og internationale trends taler for vækst i camping - fx er "calmcation" og "slow tourism" stigende trend. Her søger en rejsende ro og afslapning i naturen drevet af ønsket om at koble af fra en hektisk hverdag og økonomisk usikkerhed (Lee et al., 2019; Vo-Thanh et al., 2024). Samtidig efterspørger flere gæster outdoor-oplevelser, specielt tyskere (Seismonaut, 2022). Der er også en stigende interesse for bæredygtige ferieformer og unikke oplevelser som luksuscamping/glamping, trætophytter og tiny houses. Disse trends afspejler en skiftende forbrugeradfærd, hvor miljøbevidsthed og autentiske oplevelser vægtes højt (Santos et al., 2022; Patterson & Balderas, 2018).

Danske campingpladser er en god investering

Revisionsfirmaet BDO udgiver hvert år en campinganalyse, som de deler med deres kunder. BDO har mange campingpladser som kunder. Analysen for 2025 viser, at camping rent faktisk er en god investering. Omsætningen per enhed er stigende. I 2023 var omsætningen per enhed DKK 17.182, og i 2024 var det DKK 18.259. Ydermere er bruttoavancen sekundær drift steget fra 7.6% i 2023 til 9.1% i 2024. Der er altså penge at tjene i campingbranchen. Campingpladser er generelt set rentable. Sammenholdt med at vi ser en øget interesse fra især udenlandske gæster for at campere i Danmark, kan vi konkludere, at der er et stort økonomisk potentiale i dansk camping.

Campingpladser er små destinationer, oplevelsesudbydere og fantastiske for familietrivslen



Figur 11. Campingbranchen repræsenterer et bredt spektrum af campingpladser, fra luksus i den ene ende til mere primitiv naturcamping i den anden

Campingpladser bliver målt på overnatninger, men de er meget mere end bare overnatningssteder. De er oplevelsesudbydere (naturoplevelser, aktiviteter, rekreative faciliteter); de er små destinationer, da mange turister kører efter specifikke pladser, som tilbyder netop den overnatning, mad, aktivitet og naturoplevelse, som de søger; de er turistkontorer, hvor gæster får informationer om lokalområdet. Figur 11 viser, hvordan camping repræsenterer et bredt spektrum af campingpladser. Fra luksus i den ene ende til mere primitiv naturcamping i den anden, som hver især tiltrækker specifikke målgrupper.

Campingpladser er også utroligt gode for familietrivslen. En undersøgelse blandt

skolebørn fra 2022 viser, at (for) mange danske børn mistrives. De har et højt skærmforbrug, rører sig for lidt, har lavt selvværd og for lidt samvær med andre børn. Campingpladserne er et fristed, en oase, hvor danske familier med børn kan trække stikket fra den digitale verden og få mulighed for at lege i trygge og naturskønne omgivelser. Campingpladserne er dermed bastioner for ægte samvær og fællesskab, hvor familier og folk i alle aldre kan få naturnære autentiske oplevelser. De tilbyder noget unikt i dansk turisme og tiltrækker forskellige målgrupper. Derfor bør vi arbejde for, at camping vækster og får indfriet det enorme uforløste potentiale, der ligger i danske landdistrikter.

Barrierer for vækst: hvordan forløser vi potentialet?

Camping nedprioriteres desværre af meningsdannere og myndigheder som ferieform og selvom camping er Danmarks 3. største overnatningsform har erhvervet ikke samme anseelse som fx hoteller. Det er bedst illustreret i campingreglementet, hvor camping lidt nedladende beskrives som en "alternativ, anderledes og billigere ferieform." Samtidig er der en række barrierer for vækst: Campingreglementet er unødigt restriktivt ift. indretning af campingpladsen; planloven står i vejen for udvikling; Kystdirektoratet er for rigtigt i dens behandling af dispensationsager; det er svært at få finansiering; afgifterne er for høje på autocampere. Desuden er kommuner ofte ikke turismevenlige og er stopklods for projekter, destinationerne fokuserer på de større aktører, der kan skyde mange penge i markedsføring, og Christiansborg er for passive ift. turismen.

Men potentialet er der. Vi oplever en voldsom stigning i tyske og hollandske turister, ligesom også de sydeuropæiske turister kommer til for at nyde det blide klima. Outdoorturismen er i vækst; folk søger oplevelser i naturen; børnene trives væk fra skærme og sociale medier. Camping vokser i Tyskland og Holland. Det kan det også her i Danmark!

Restriktive love og regler hæmmer udvikling og vækst

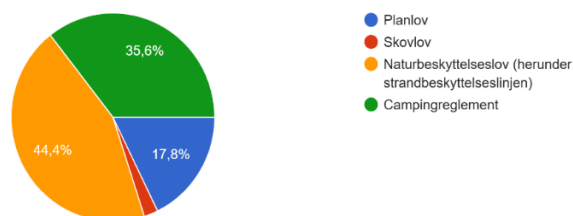
Campingbranchen bliver både på nationalt og kommunalt plan og fra turismedestinationernes side mødt med forskellige barrierer for vækst og udvikling. Her er en oversigt over de forskellige barrierer, og hvad Christiansborg bør gøre for at udvikle camping og forløse potentialet:

Den store udfordring for campingpladser er den arealregulerende lovgivning i form af Naturbeskyttelsesloven, planloven samt Campingreglementet. Herudover er afgifter for høje:

1. **Naturbeskyttelsesloven:** Specifikt strandbeskyttelseslinjen er en barriere for udvikling. De fleste danske campingpladser ligger ud til kysterne og dermed inden for de 300 m strandbeskyttelseslinje. De skal derfor søge dispensation, hver gang de skal bygge hytter, opsætte luksustelte eller lave anden bebyggelse, der ændrer den eksisterende tilstand. Hytter må også kun være 30 m² inden for strandbeskyttelseslinjen, men 45 m² udenfor. Endnu et problem er, at der er lange ventetider på dispensationsansøgningerne til Kystdirektoratet. Nogle gange varer det 2 år at få tilladelse eller afslag.
2. **Planloven:** Denne lovs landzonebestemmelser står tit i vejen for udvikling eller udvidelse af campingpladser. I landzone kræves som udgangspunkt landzonetilladelse fra kommunen til udstykning, byggeri og ændring i anvendelsen af bestående bebyggelse og ubebyggede arealer. Campingpladserne har derfor ofte udfordringer med at få tilladelse til nye projekter enten gennem landzonetilladelse eller ændring af lokalplaner.
3. **Campingreglementet:** Dette reglement hører under sommerhusloven og leverer ikke de klare og fremtidssikrede rammer for virksomheder og myndigheder. Det er restriktive regler, der ikke har fokus på det forretningsmæssige. Der lægges bl.a. begrænsninger på mulighederne for at give enhedspladserne et mere individuelt præg, levere tidssvarende faciliteter og beboelse, der svarer til efterspørgslen, samt selv bestemme åbningstider, og hvem der kan komme på campingpladsen. Campingpladserne kan ofte ikke have åbent om vinteren og skal have mindst 50 % sæsongæster i højsæsonen. Ydermere er campingpladserne i konkurrence med stellpladserne ift. at tiltrække det voksende antal autocampere. Men konkurrencen er unfair, da stellpladserne er parkeringspladser, som ikke er underlagt campingreglementet og derfor ikke skal tage hensyn til brandværn, 3 m afstand, mm.
4. **Finansiering:** Et andet område, som opleves som en forhindring for udviklingen af turismeerhvervet, er finansiering. For uden for de større byer er der mangel på lånekapital. Det er simpelthen sværere at skaffe finansiering, hvis ens erhverv ligger i en ø-, land- eller yderkommune.
5. **Autocampere:** Det er forbundet med store omkostninger at eje en autocamper i Danmark, og derfor bliver der ikke solgt så mange autocampere, som der er potentiale til. I Europa stiger salget af autocampere, men i Danmark er det omtrent det samme. Salget af autocampere med Heavy-Duty motorer er negativt påvirket af implementeringen af en ny beregner af CO₂-afgifter, som blev indført d. 1. januar 2025. Den nye beregner forårsager en fordobling af årlige CO₂-afgifter for autocampere, og det afholder mange fra at køre. Selv uden brug af beregneren, er de løbende CO₂-afgifter på autocampere meget højere end i fx Tyskland, og mange danskere vælger at afmelde deres autocamper i vinterhalvåret. Dette bevirker, at der skal indkøbes nye nummerplader, når de skal på vejen igen. Det er ressourcespild og dårligt for miljøet.

Svar fra spørgeskemaundersøgelse om barrierer for udvikling

Camping Outdoor Danmark gennemførte i september 2025 en spørgeskemaundersøgelse for campingpladserne, som 53 udfyldte. Vi spurgte dem hvilken lov de ser som den største barriere for udvikling af deres forretning (se figur 12). De svarede at naturbeskyttelsesloven og campingreglementet var de største barrierer. Svarene indikerer at loven vedrørende strandbeskyttelseslinjen, som bliver administreret af kystdirektoratet, er en stor udfordring for campingpladserne. De fleste



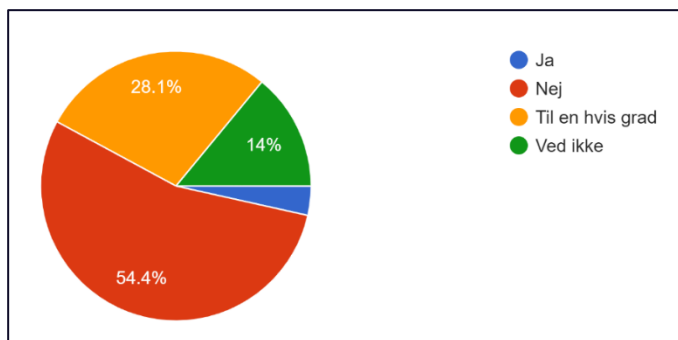
Figur 12 svar på spørgsmål om hvilke barriere der er størst i forhold til turismeudvikling

campingpladser ligger langs kysten og inden for de sidste 300 meter, skal de søge om dispensation hos kystdirektoratet for at lov at etablere permanente faciliteter.

Indsatsområder: Christiansborg bør se på, hvordan man kan forbedre rammevilkårene for campinghvervet vha.:

1. Bedre muligheder for etablering af større og tidssvarende hytter, luksusenheder og anden beboelse. Specielt inden for strandbeskyttelseslinjen.
2. Bedre muligheder for at indrette stellpladser til autocampere på campingpladsens område.
3. Opblødning af krav til enhedspladsens indretning.
4. Bedre muligheder for vintercampering, så turistsæsonen kan forlænges, samt større indflydelse på sæsonåbningstider og korttidscampering.
5. Ift. finansiering bør man målrette midler fra Danmarks Eksport- og Investeringsfond (EIFO) yderligere mod landdistrikterne, end det er tilfældet i dag.
6. Skatteministeriet bør arbejde for at justere på den nye beregner for CO₂-afgifter for autocampere. Den fordobler de årlige CO₂-afgifter for autocampere med HD-motor, og skræmmer dermed kunderne væk. På lang sigt bør regeringen ændre status for autocampere, så de anses som fritidskøretøjer. Det er uhensigtsmæssigt, at et køretøj, som kun kører ca. 10.000 km om året, bliver sat i samme kategori som en varevogn, der bliver brugt til erhvervskørsel. Autocamperen er et fritidskøretøj, og de regler, som gælder for varevogne, rammer skævt for autocampere.
7. De nye EU-direktiv for B-kørekort, som giver mulighed for at køre autocampere op til 4.250 tons med B-kørekort skal implementeres hurtigst muligt i Danmark, så forbrugerne kan gøre brug af muligheden.

Spørgeskemaundersøgelse: Campingpladsernes syn på Christiansborgs arbejde



Figur 13. campingpladserne svar på om de føler sig tilgodeset i forhold til politiske indsatser og udspil.

Camping Outdoor Danmark gennemførte i september 2024 en spørgeskemaundersøgelse blandt campingpladserne, som er medlemmer. Vi fik 58 svar. Vi spurgte vores medlemmer om campingpladserne føler sig tilgodeset i forhold til politiske indsatser og udspil. Svarene var overordnede negative med mere end 50%, der ikke følte sig tilgodeset (se figur 13).

I tilsvarende spørgeskemaundersøgelse i september 2025 spurgte vi campingpladserne om de har forventninger til, at der i den nærmeste fremtid

kommer ændringer i campingreglementet eller andre regler, der kan styrke campinghvervet? En stor del af campingpladserne var positive og håbede på lempelser. Mange af disse havde fokus på at der kom fair konkurrence og ordnede forhold samt tydelige regler i forhold til autocamperparkering/campering.

Opråb til Christiansborg fra campingpladserne: Camping er vital for dansk turisme

Vi spurgte også vores campingpladser hvad Christiansborg bør gøre anderledes eller bedre i forhold til campingbranchen. Mange svar understregede behovet for klarere og strengere regulering af autocampere, samt håndtering af ulovlig camping og fricamping i naturen, mens nogen fokuserede på ulig konkurrencevilkår mellem private og offentlige aktører. Der var frustration over det offentliges stræben efter at tilbyde gratis campingydelser, som er konkurrenceforvridende.

Andre svar fokuserede på hurtigere sagsbehandling og færre bureaukratiske barrierer, især omkring tilladelser til bygninger og ændringer på campingpladserne. Det bør være lettere at få tilladelse til at have vinteråbent, og de håber på en ændring af planlovgivningen, for at tillade mere fleksibel brug af land nær kysterne og i naturområder. Endelig var der en der skrev: "De skal begynde at se camping, som et rigtigt erhverv, som i høj grad medvirker til samfundsøkonomien". Med andre ord, campingpladserne vil gerne tages seriøst som erhverv.

Mere kommunal handling og bedre koordinering

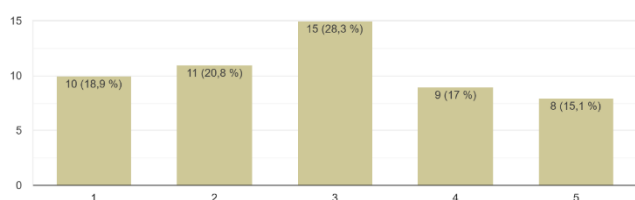
Det er kommunens pligt som myndighed at føre tilsyn med campingpladserne ifølge campingreglementet, ligesom kommunalbestyrelsen tildeler udlejningstilladelse til campingpladserne. Kommunerne er også ansvarlige for lokalplan og landzonetilladelse. De 98 kommuner har tit forskellige måder at fortolke campingreglementet på. Nogen (fx i Region Syddanmark) prioriterer turisme og camping højt, mens andre ikke gør det. Kommuner kan potentielt gøre livet svært for campingpladser ift., hvor restriktiv deres tilgang er til reglerne.

Indsatsområder: kommunerne bør se på hvordan de kan forbedre vilkårene for campingpladser vha.:

1. De bør via Kommunernes Landsforening (KL) og ERFA-møder styrke deres viden om camping og hver især forbedre deres dialog og samarbejde med campingpladserne. De bør også i KL-regi styrke koordineringen af arbejdet med camping, så campingpladser får ensartet tilsyn og sagsbehandling.
2. Alle danske kommuner bør have en turismestrategi, der sætter en proaktiv agenda for udviklingen af turismen herunder også camping, som i mange tilfælde i landdistrikterne er den største overnatningsudbyder. Præmissen bør være: Hvad kan vi gøre for at vækste camping i vores kommune?
3. De bør være mere fleksible med tilladelser til vintercampering, der kan forlænge turistsæsonen til gavn for omsætningen i især landdistrikterne.

Hvordan campingpladserne ser på deres samarbejde med kommunerne

Hvordan ser du dit samarbejde med din kommune? På en skala fra 1 - 5, hvor 1 er rigtig godt og 5 rigtig dårligt
53 svar



Figur 14. Campingpladserne svarer om de synes de har et godt eller dårligt samarbejde med kommunerne på en skala fra 1 - 5, hvor 1 er rigtig godt og 5 er rigtig dårligt

Camping Outdoor Danmark spurgte i spørgeskemaundersøgelsen fra 2025 campingpladserne, hvordan de ser på deres samarbejde med kommunen. Figur 14 illustrerer svarene på en skala fra 1-5, hvor 1 er rigtig godt og 5 er rigtig dårligt. Svarene viser, at de fleste hverken rigtig tilfredse eller rigtig utilfredse med samarbejdet.

Hvad kan kommunerne gøre bedre?

Vi spurgte i spørgeskemaundersøgelsen, hvad det er campingpladserne er utilfredse med i forhold til kommunen. Figur 15 opsummerer de svar under tre temaer. Det viser, hvor kommunerne generelt bør sætte ind, så de kan få et mere positivt samarbejde med campingervhvervet og sikkert også turisterhvervet som helhed.

1. Lange processer og manglende svar

- Meget lange behandlingstider på ansøgninger og byggesager (nogle gange flere år).
- Manglende svar på henvendelser eller svært at få fat i en fast kontaktperson.
- Kræver ofte professionelle rådgivere for at navigere i byggesager og miljøspørgsmål.

2. Manglende forståelse for turisme og udvikling

- Kommunerne ses ofte som **ikke-medspillere** i udviklingen af campingpladser.
- Manglende fokus på turisme og manglende ledelse, der tør ændre forældede forhold.
- Gamle regler og byggefelter matcher ikke nutidens krav fra campister.
- Nye politikere gentager de samme fejl hver valgperiode.

3. Konkurrenceforvridning og politiske prioriteringer

- Kommuner opretter gratis campingpladser (ofte til autocampere) finansieret af skattekroner.
- Manglende vilje til at regulere eller understøtte fair konkurrence med autocampere og lystbådehavne.
- I nogle tilfælde opleves kommunen som direkte modspiller eller udøver endda "chikane" af pladsen og gæsterne.

Figur 15. Opsummering af svar fra campingpladserne om kommunen

En samlet strategi for udvikling af dansk camping

Dansk camping står i disse år over for store udfordringer med lav vækst, ledig kapacitet og faldende salg af campingvogne og autocampere. Branchen er præget af uhensigtsmæssige rammevilkår, som bremser både udvikling og investeringer.

Alligevel viser rapporten, at der **er et betydeligt vækstpotentiale – især blandt udenlandske gæster**. Campingpladserne tjener penge og er generelt rentable. Der er med andre ord et solidt fundament at bygge videre på – hvis politikere, kommuner, destinationer og branchen selv står sammen om det. Dansk camping kan og skal fremtidssikres nu.

Hvis man på nationalt og kommunalt niveau – i tæt samarbejde med destinationerne – **sætter camping på dagsordenen og udarbejder en fælles strategi for udvikling**, kan branchens potentiale for alvor forløses. Med bedre rammevilkår får campingpladserne mulighed for at investere, udvikle og tilpasse sig målgruppernes ønsker.

Trends viser tydeligt, at turister i stigende grad efterspørger naturnære, autentiske oplevelser med fokus på nærvær og fællesskab. Camping kan imødekomme netop dette behov – hvis blot branchen får friheden til at forme sine produkter og bedre støtte til at nå ud til sine målgrupper.

Lykkes det, vil det **bidrage markant til en bæredygtig udvikling af dansk turisme**.

Om rapporten:

Et uforløst potentiale: Sæt camping fri og styrk dansk turisme

Udgivet af **Camping Outdoor Danmark**

Isabellahøj 3, 7100 Vejle



Referenceliste

Bjørnshave Noe et al., (2023) Nye perspektiver på landdistrikterne – kampen om stedet. Økonomi og Politik.

Campspot (2024) *2024 Camping Trends Outlook & Destination Index*. Available at:

<https://www.campspot.com/about/camping-trends>

Colburn, L. (2023). *Travel Marketing Trends and Changes in Tourism Consumer Behavior*. Available at:

<https://www.persado.com/articles/travel-marketing-trends/>

CPH (2025) Juli satte ny rekord i Københavns Lufthavn. Available at: [https://www.cph.dk/om-](https://www.cph.dk/om-cph/presse/nyheder/2025/08/juli%20satte%20ny%20rekord%20i%20k%C3%B8benhavn%20lufthavn#:~:text=S%C3%B8ndag%20den%2013.,mest%20aktive%20i%20lufthavnens%20historie)

[cph/presse/nyheder/2025/08/juli%20satte%20ny%20rekord%20i%20k%C3%B8benhavn%20lufthavn#:~:text=S%C3%B8ndag%20den%2013.,mest%20aktive%20i%20lufthavnens%20historie](https://www.cph.dk/om-cph/presse/nyheder/2025/08/juli%20satte%20ny%20rekord%20i%20k%C3%B8benhavn%20lufthavn#:~:text=S%C3%B8ndag%20den%2013.,mest%20aktive%20i%20lufthavnens%20historie).

Danmarks Statistik (2025a). *Statistikbank*. Available at:

<https://visitdenmark.statistikbank.dk/statbank5a/default.asp?w=1920>

Danmarks statistik, (2025b). Spanien topper igen listen over populære rejsemål, Available at:

<https://www.dst.dk/da/Statistik/nyheder-analyser-publ/nyt/NytHtml?cid=51424#:~:text=Traditionen%20tro%20toppede%20Spanien%20i,af%20Tyskland%2C%20Frenkrig%20og%20Sverige>.

Dornwirth, A. (2025). *Frygter at landsbyer forsvinder: 69.000 huse står tomme*. Effektivt Landbrug. Available at:

<https://effektivtlandbrug.landbrugnet.dk/artikler/kultur/115511/hver-anden-kommune-kan-miste-indbyggere-frem-mod-2050>

Løvgren, M. (2023) *Færre og færre har campingvogn*. Available at: [https://www.dst.dk/da/Statistik/nyheder-](https://www.dst.dk/da/Statistik/nyheder-analyser-publ/bagtal/2023/2023-07-11-faerre-campingvogne)

[analyser-publ/bagtal/2023/2023-07-11-faerre-campingvogne](https://www.dst.dk/da/Statistik/nyheder-analyser-publ/bagtal/2023/2023-07-11-faerre-campingvogne)? Danmarks Statistik.

Destination Sønderjylland (2021) *Campinganalyse: Destination Sønderjylland: Rapport 2020 – 2021*. Danmark: Danmarks Erhvervsfremmestyrelse.

Dansk Kyst- og Naturturisme (2022) *Camping er cool – nye greb skal hjælpe branchen med at omsætte potentialet*. Danmark: DKNT

Dansk Kyst- og Naturturisme. (2022). Præsentation til Horesta møde i oktober 2022.

Dansk Kyst- og Naturturisme. (2023). *Inspirationskatalog Future Camp*. Dansk Kyst—og naturturisme

Erhvervsministeriet (2022) *National strategi for bæredygtig vækst i dansk turisme*. Erhvervsministeriet.

GREENSTAY (2023) *Camping er en af de mest miljøvenlige og bæredygtige ferieformer*. Camping Outdoor Danmark

Horesta Camping (2025). *Camping i tal*. Available at: <https://www.horesta.dk/vores-branche/camping/campingpladser-i-tal/>

Lee, J., Koslow, L., McRoskey, G., Jhunjunwala, P., & Guggenheim, J. (2019). *What Travel and Tourism Consumers Really Want—and Why*. Boston Consulting Group.

Naoi, T., Soshiroda, A., & Iijima, S. (2017). The Gaze and Objectives of Townscape Visitors. *Consumer Behavior in Tourism and Hospitality Research*, 13, 81-95.

Patterson, I., & Balderas, A. (2018). Continuing and emerging trends of senior tourism: A review of the literature. *Journal of Population Aging*, 11, 213-216.

Petersen, L., Ballantyne, A., & Fals, K. (2024) *Ferieliv og Klimahensyn: Rapport fra en spørgeskemaundersøgelse i Danmark*. Aarhus Universitet.

Regeringen, 2024. *Veje til bæredygtig turismevækst National strategi for bæredygtig vækst i dansk turisme*.

Regeringen. Available at:

https://www.blkm.dk/fileadmin/share/dokumenter/Turismestrategi_Veje_til_baeredygtig_turismevaekst.pdf

Rich Madsen et al., (2022) *Skolebørnsundersøgelse*. Syddansk Universitet

Santos, V., Ramos, P., Sousa, B., Almeida, N., & Valeri, M. (2022). Factors influencing touristic consumer behaviour. *Journal of Organizational Change Management*, 35(3), 409-429.

SCR Svensk Camping. (2023). Branschrapport Sverige 2023. SCR.

Tarinay, R. (2024) "Rising Demand for Exploratory Travel Fuels Growth in Camping and Outdoor Hospitality in 2024," Modern Campground. <https://moderncampground.com/usa/koa-report-rising-demand-for-exploratory-travel-fuels-growth-in-camping-and-outdoor-hospitality-in-2024/>

VisitDenmark. (2022). *Outdoorturister i Danmark i 2022*. VisitDenmark.

VisitDenmark (2023) *Turismens økonomiske betydning i Danmark 2021*. Danmark: VisitDenmark.

VisitSweden. (2022). *Camping guests in Sweden, a loyal target group that stays for a long time*. VisitSweden.

Vo-Thanh, T., Luong, V. H., Manthiou, A., & Petr, C. (2024). Slow Tourism and Well-Being: A Transformational Learning Perspective. *Tourism Planning & Development*, 22(2), 282–300.

<https://doi.org/10.1080/21568316.2024.2443187>