Neue Zahlen zeigen: Das Copenhagen Light Festival schafft Umsatz im Dunkeln

Das Festival stärkt den Wintertourismus in Kopenhagen – neue Daten zeigen Rekordzahlen bei Hotelübernachtungen und Millionen an wirtschaftlicher Wertschöpfung im Februar.

Wenn die Tage am kürzesten sind und der Tourismus normalerweise zum Stillstand kommt, zeigen aktuelle Zahlen, dass das Copenhagen Light Festival im ersten Quartal erheblich zur Aktivität in der Stadt beiträgt.

Copenhagen Light Festival hat sich durch landesweite und internationale Kooperationen weiterentwickelt.
Nun steigen die Hotelübernachtungszahlen im Februar um 9 % und fallen im März auf –3 %, wenn die Lichter erloschen sind, laut Danmarks Statistik. Bild: Copenhagen Light Festival.

Laut Statistics Denmark stiegen die Hotelübernachtungen in der Hauptstadtregion im **Februar 2025 um 9 %** im Vergleich zum Vorjahr.

Dies entspricht **93.000 zusätzlichen Gästen** und einem wirtschaftlichen Effekt von **über 232 Millionen DKK** allein im Februar.

Im März – nach dem Ende des Festivals – sinken die Zahlen wieder um **3 %**, was zeigt, dass das neue Wachstum im ersten Quartal eng mit dem Copenhagen Light Festival verbunden ist.

> „Es besteht kein Zweifel daran, dass Events Wachstum schaffen – und das Copenhagen Light Festival lässt die Zahlen steigen“,
> sagt Jan Rafael Møller, Vorstandsmitglied von KCC – KBH Commerce & Culture und Direktor bei Global Blue.

Von 16 Werken zu 55 – und eine ganze Stadt in Bewegung

Das Copenhagen Light Festival begann 2018 bescheiden mit nur **16 Lichtinstallationen** – im Vergleich zu **52 im Jahr 2025**.
Damals befanden sich viele der größten Werke im Tivoli, der mit „Winter in Tivoli“ bis Ende Januar und Februar geöffnet war.
Heute ist Tivoli Teil des Festivalvorstands und trägt dazu bei, die gesamte Stadt zu erleuchten – zum Vorteil von Tivoli Corner, Nimb und dem städtischen Leben drumherum. Eine ganze Stadt trägt die Zahlen.

> „Für die gesamte touristische Wertschöpfungskette in Kopenhagen ist das Copenhagen Light Festival von großer Bedeutung.
> Dansk Erhverv setzt sich seit Langem für ein öffentliches Engagement im Festival ein.
> Kopenhagen hat über Jahre eine starke Position im Eventbereich gehalten – und gerade in den kalten Monaten, wenn die Touristenzahlen am niedrigsten sind, ist das Potenzial am größten.
> Höhere Auslastung, stabile Preise und der Bedarf an mehr Gästen helfen, saisonale Schwankungen auszugleichen.“
> sagt Lars Ramme Nielsen, Branchendirektor bei Dansk Erhverv.

Das Festival hat sich mit landesweiten und internationalen Kooperationen weiterentwickelt, darunter Installationen von Refshaleøens Ejendomsselskab, Ofelia Plads, Christiansborg, DAC/BLOX und Højbro Plads – unterstützt von führenden Stiftungen.

> „Das Copenhagen Light Festival zeigt, wie Licht Zusammenarbeit zwischen Kultur, Tourismus und Wirtschaft fördern kann – und damit den Kuchen für alle größer macht“,
> sagt Jan Rafael Møller.

Licht im Dunkeln – auch wirtschaftlich

Ein durchschnittlicher Tourist in Kopenhagen gibt etwa **1.200 DKK pro Tag** aus, und mit einem durchschnittlichen Hotelpreis von **1.300 DKK** entspricht das rund **2.500 DKK pro Person pro Aufenthaltstag**.
Das zusätzliche Wachstum im Februar bedeutet rund **121 Millionen DKK für Hotels** und **111 Millionen DKK zusätzlichen Konsum** – Cafés, Restaurants, Kultur und Shopping.

Hinzu kommen Airbnb-Gäste sowie rund **60.000 internationale Expats** und **4.300 internationale Studierende** in Kopenhagen, die besonders in den Winterferien häufig Besuch von Familie und Freunden bekommen.

> „Zum ersten Mal waren wir bereits am Eröffnungstag 2025 ausverkauft und mussten zusätzliche Boote einsetzen“,

sagt Mads Vestergaard, CEO von Stromma Denmark, das Kanaltouren zwischen den Kunstwerken mit festivalgeschulten Guides anbietet. Stromma ist Teil des Festivalvorstands und trägt wesentlich zu den Installationen entlang der Kanäle bei.

„Das ist ein starkes Zeichen dafür, wie sehr das Festival das städtische Leben und die Dienstleistungsbranche stärkt. Wir sehen ein großes Potenzial für Licht als Winterattraktion“, fügt er hinzu.

Weltweite Aufmerksamkeit während COVID-19

Als COVID-19 Dänemark am 20. Februar 2020 traf, war das Copenhagen Light Festival eine der wenigen großen Veranstaltungen, die **nicht abgesagt** wurde – weder in Dänemark, Europa, den USA noch in weiten Teilen der Welt.

Die Lichter des Festivals im winterlichen Dunkel wurden zu einer **Weltnachricht**. Durch eigene Videoproduktionen, die international verbreitet wurden, erschien Kopenhagen auf **CNN, BBC, Euronews, CCTV** und über **500 weiteren Medienkanälen**.

Seitdem setzt das Festival seine internationale Expansion fort: 2025 verzeichnete es über **50 Millionen Social-Media-Mentions** und **600 Millionen TV-Zuschauer weltweit**, was Kopenhagens internationale Sichtbarkeit im Winterhalbjahr deutlich stärkt (Kantar / Critical Mention / SimilarWeb).

Die besondere Kombination aus Kunst, Dunkelheit, Kälte, Urbanität und Zugänglichkeit hat das Festival zu einer der stärksten Winterattraktionen Nordeuropas gemacht – und zu einem Vorbild für Lichtfestivals in anderen Städten.

Vom Minus ins Plus im ersten Quartal

2019 verzeichnete Kopenhagen ein Rekordjahr mit **6–7 % Wachstum im Tourismus**. Doch die Monatszahlen von Statistics Denmark zeigten, dass Januar, Februar und März nahezu unverändert blieben – trotz Winter Jazz, Fashion Week, Dining Week und Winterferien.

Nach COVID-19 kehrte sich das Bild um: Die Zahlen steigen **im Januar und Februar**, wenn das Copenhagen Light Festival stattfindet – und fallen **im März**, wenn die Lichter ausgehen.

Die einzigen neuen bedeutenden Winterevents in diesem Zeitraum sind **Copenhagen Light Festival** und **Copenhagen Gaming Week**, das 2025 **23.000 Besucher** hatte. Im Vergleich dazu zog das Light Festival **rund 400.000 Besucher** an – mehr als das Zehnfache und mit deutlich breiterer Zielgruppenansprache.

> „Idealerweise könnte das Festival früher im Januar beginnen und bis in den März hinein fortgesetzt werden, da es alle anspricht und einzigartig im Vergleich zu anderen Winterfestivals ist“,
> sagt Jan Rafael Møller.

> „Es ist positiv zu sehen, dass die Regierung unter Minister Morten Dahlin sowie die Stadt Kopenhagen stärker in die Wintersaison-Kultur und die Erlebnisökonomie investieren wollen – zum Vorteil für Geschäfte, Cafés, Hotels und Bürger.“

Mehr Kunstwerke im Stadtzentrum ab 2026

Das Festivalsekretariat arbeitet 2025 an neuen Routen und Partnerschaften im Stadtzentrum.
In diesem Jahr hat das Festival eine*n eigens ernannte*n Kurator*in eingesetzt, um in Zusammenarbeit mit Stromma, der Metro und lokalen Partnern eine zusammenhängende Route in der Innenstadt zu entwickeln.

> „Wir installieren Werke entlang des Hafens – von Refshaleøen und Ofelia Plads bis Christiansborg, BLOX und Højbro Plads – aber auch an völlig neuen Orten“,
> sagt Jesper Kongshaug, Vorsitzender des Kuratorenausschusses.

Das Festival platziert Installationen auch in Wohngebieten – bewusst: Ziel ist, Menschen in Bewegung zu bringen und sie Orte entdecken zu lassen, die sie im Winter normalerweise nicht besuchen.

> „Man braucht zwei bis drei Abende, um alles zu sehen – und genau so soll es sein.
> Das Licht soll die Menschen dazu bringen, die Stadt zu erkunden – sowohl das Zentrum als auch die neuen Viertel.“

Festivalzeitraum

Das Festival beginnt Mitte Januar und eröffnet offiziell am **Freitag, den 30. Januar um 17:00 Uhr**, wenn der grüne Laser über der Stadt eingeschaltet wird.
Er leuchtet jeden Abend und frühen Morgen bis **Sonntag, den 22. Februar um 22:00 Uhr** – und ist für alle kostenlos.

Geführte Touren können bereits jetzt auf der Website gebucht werden; Anmeldungen für den Light-Run und neue Installationen folgen in Kürze.

Fakten

- **Hotelübernachtungen im Februar 2025:** 1.114.900
- **Anstieg:** +9 % gegenüber 2024
- **Wirtschaftlicher Effekt:** ca. 232 Mio. DKK
- **Festivalbesucher:** ca. 400.000
- **Anzahl der Kunstwerke:** 55
- **Zeitraum:** 30. Januar – 22. Februar
- **Hauptpartner:** Stadt Kopenhagen, Tivoli, Stromma sowie zahlreiche Einzelpersonen, Stiftungen, Unternehmen und Organisationen

Bitte finden Sie Fotos und Videos hier:

https://copenhagenlightfestival.org/presse-medier/