

# Destinationspartnerskabet Danske Destinationer

*14. september 2009*

*Ole Tormod Bøndergaard*

*Formand Danske Destinationer*

Danske Destinationer



# Destinationsudvikling...

- Den røde tråd fra helårsturismeprojekt over vores rejse til foreningen Danske Destinationer
- Destinationsudvikling er gået fra projekt til strategi
- Destinationsudvikling kan realisere vækstpotentiale

# Foreningen Danske Destinationer

- Foreningen Danske Destinationer er stiftet d. 18. august 2009
  - Vedtægter
  - Bestyrelse
  - Destinationserklæring
  - Samarbejdsaftaler
- Destinationspartnerskab der hos VDK er sidestillet med et erhvervpartnerskab

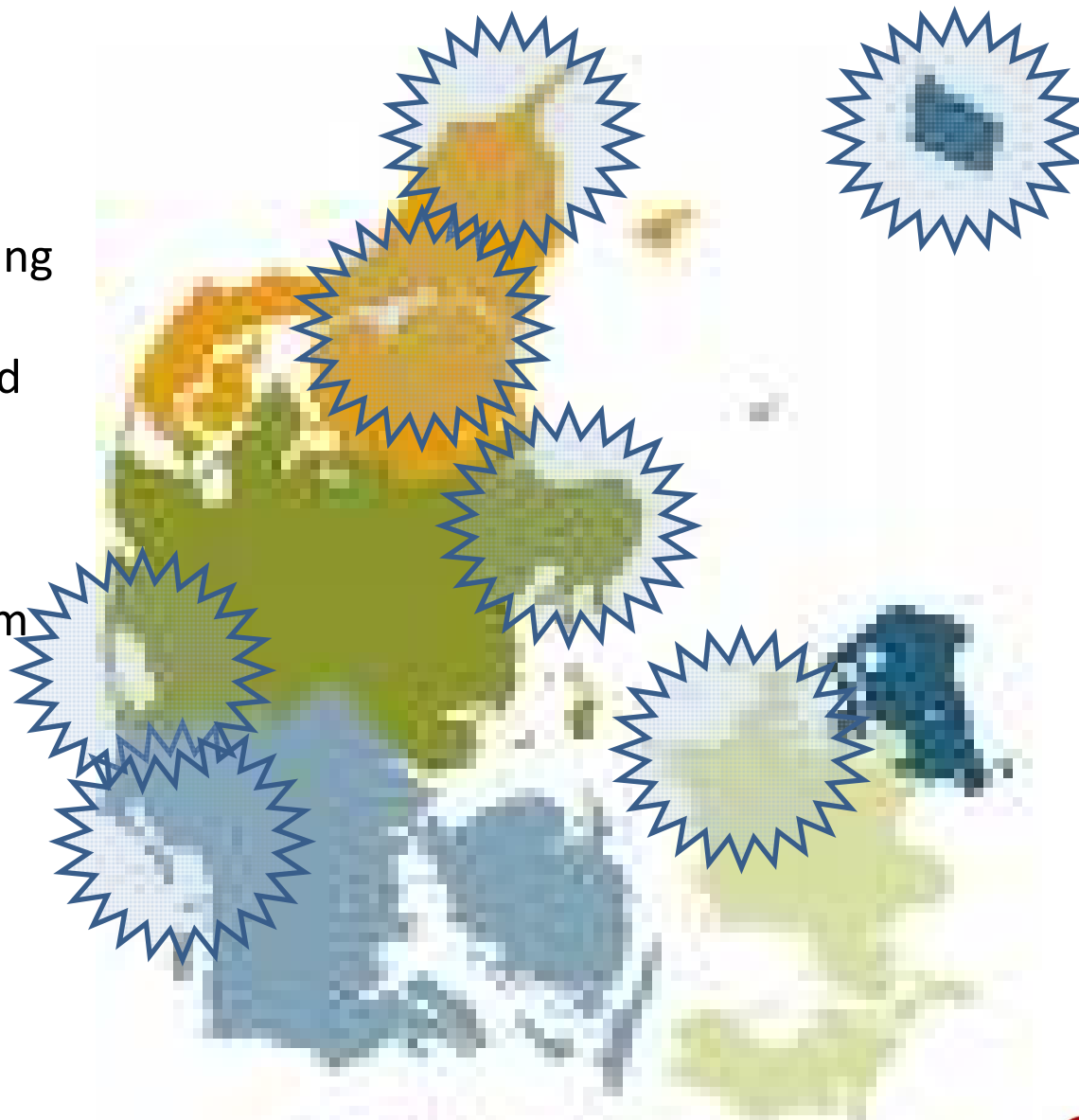
# Ambitioner & mål

- At sikre fortsat udvikling af stærke danske destinationer
  - International synlighed
  - International tiltrækningskraft
  - International kvalitet
- Professionalisering af destinationen som platform for udviklingen af turismen som erhverv
- Sætte en udviklingsdagsorden
- Styrke samarbejde og vidensdeling
- Sikre gennemslagskraft - påvirke den politiske dagsorden, rammebetingelser etc. (talerør)

# Medlemmerne

- Foreningens 7 medlemmer er sværvægttere blandt destinationerne i Danmark.
- Tilsammen står foreningens medlemmer årligt for:
  - 28,9 mio. overnatninger svarende til 24,2% af alle overnatninger i Danmark
  - 13,5 mia. kr. i turismeskabt omsætning svarende til 18,6% af den samlede turismeskabte omsætning i Danmark

1. Toppen af Danmark
2. Destination Ringkøbing Fjord
3. Destination Djursland
4. VisitSydvestjylland
5. VisitOdsherred
6. VisitAalborg
7. Destination Bornholm



Danske Destinationer



# Kriterier for medlemskab

## Destinationserklæring

1. En stærk organisering
2. En langsigtet strategi
3. Et dokumenteret potentiale

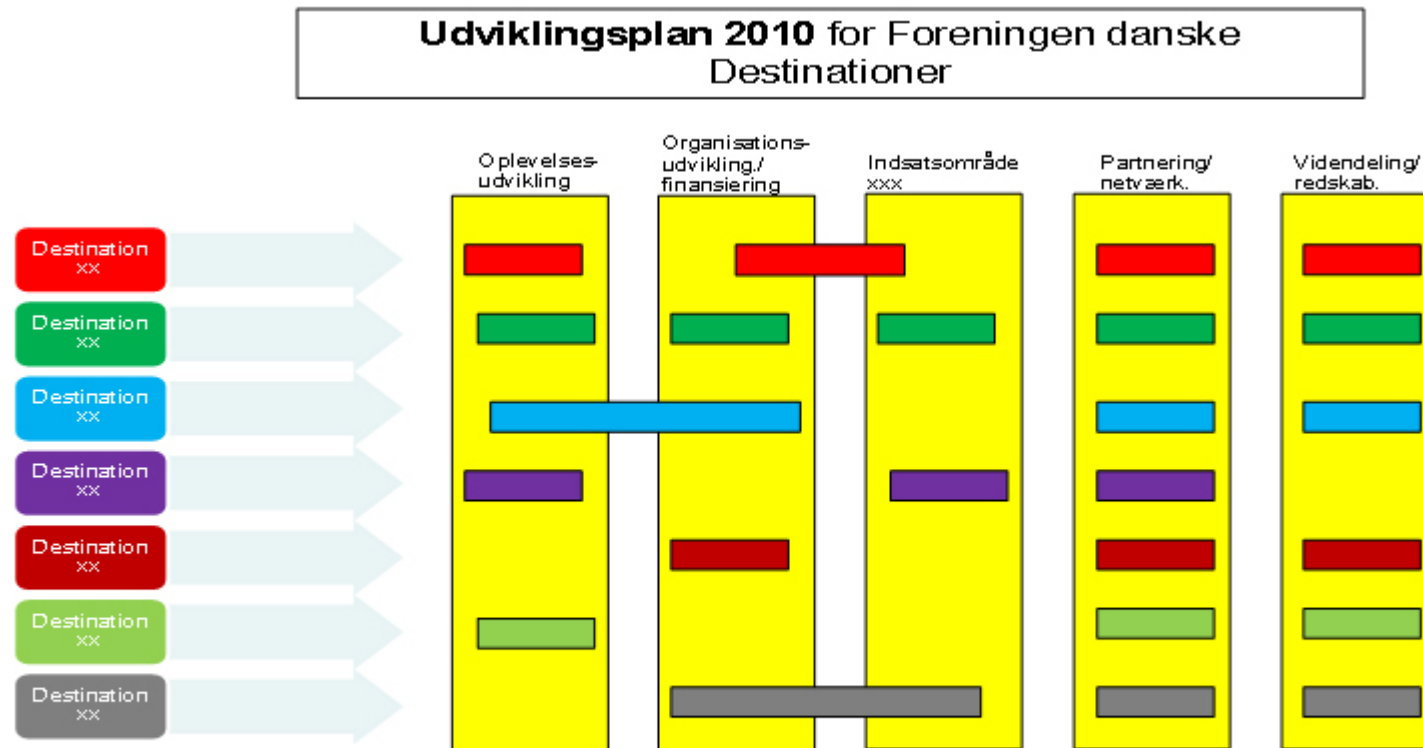
# Fælles platform for aktiviteter

- Udviklingsplan
- Markedsføringsplan
- Vidensdeling & netværk

# Udviklingsplan

- Fælles udviklingsindsatser på baggrund af fælles udfordringer
  - Ex. oplevelsesudvikling, organisationsudvikling, finansieringsmodeller, bæredygtig turismeudvikling, redskaber til markedsføring ec.
- Fælles metodeudvikling og konkrete testprojekter
- Effektivisering af udviklingsprocesser

# Principskitse for aktivitetsdeltagelse, udviklingsplan



Danske Destinationer



# Markedsføringsplan

- Destinationsbåret markedsføring
    - Temaer på tværs: naturen, oplevelser/aktiviteter
  - Tilgængeliggørelse af produkter
    - Sammenhæng, booking, pakketering
- Praktik: Indkøb hos relevante erhvervspartnerskaber eller andre relevante partnere

Danske Destinationer

