



VELKOMMEN TIL
MALSK SPISEHUS

PARTNERMØDE NR. 5 – ONSDAG DEN 1. DECEMBER 2021



PROGRAM NETVÆRKS møde

Kl. 8.15 Ankomst og morgenkaffe

Kl. 8.30 Velkomst og præsentation

Et kig på året der er ved at rinde ud

Kl. 9.00 MALSK Spisehus v/Dennis Lundgren

Kl. 9.10 NETVÆRK og julehygge

Kl. 9.40 Flere/nye gæster – fra Musholm, Korsør

2022 - sneak peak

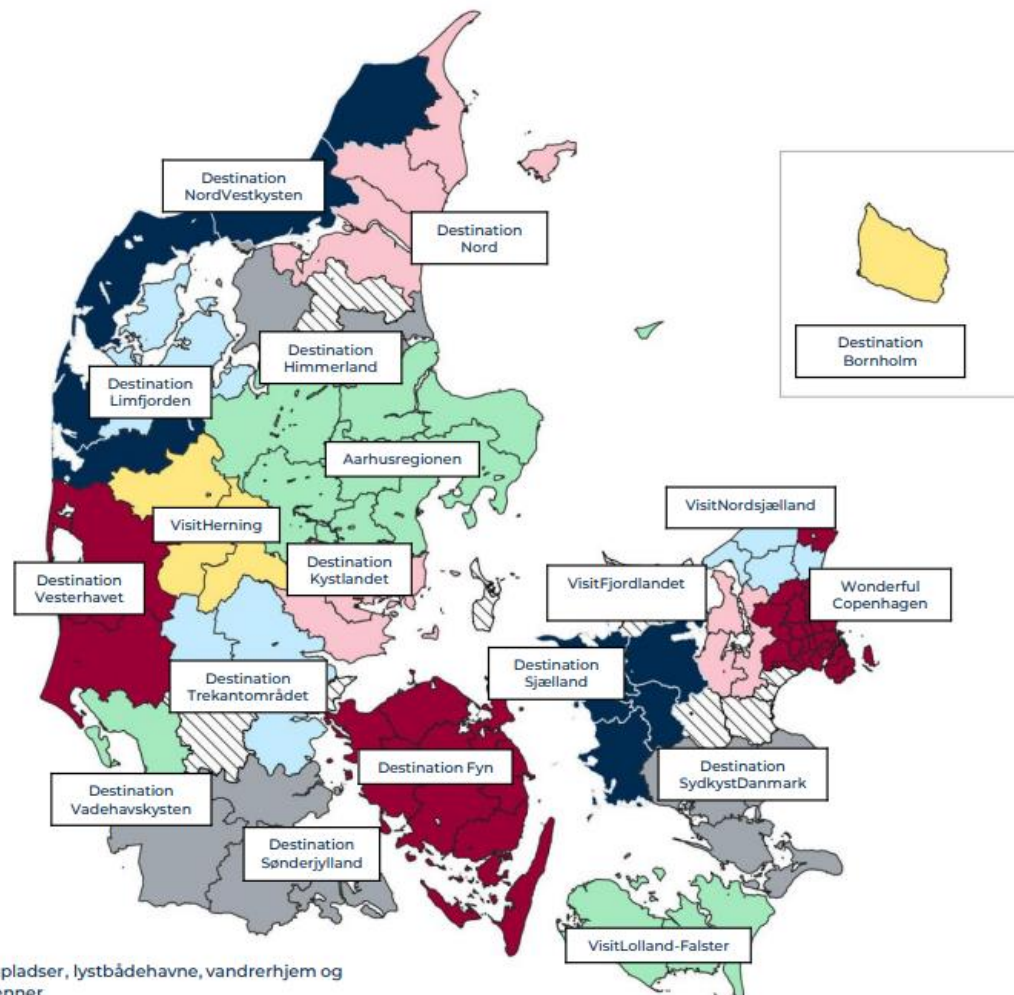
Kl. 10.00 Tak for i dag og TAK FOR I ÅR

Status for overnatninger 2021 ift. 2020



Overnatninger på de danske destinationer 2020-21, januar-september 2021

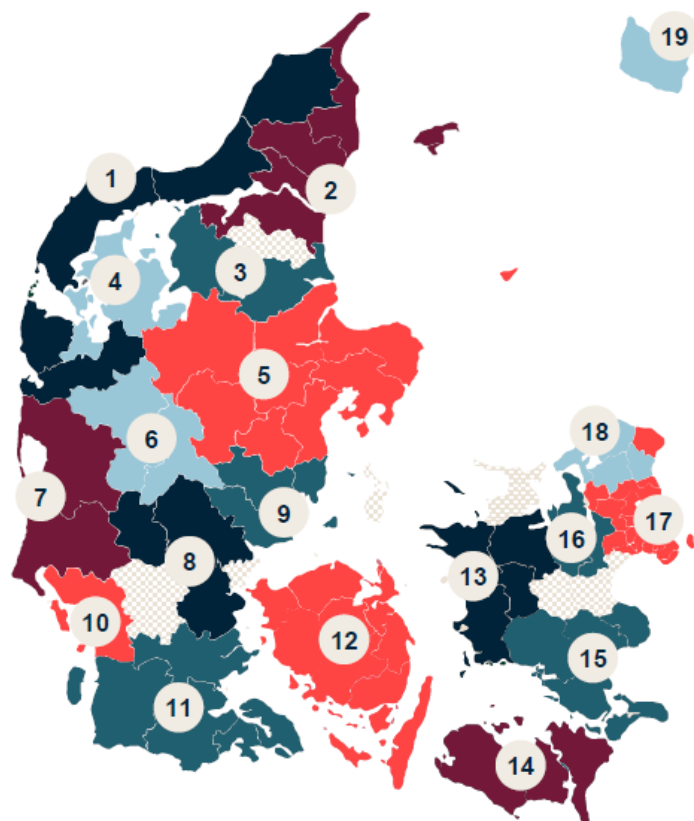
	Overnatninger 2021	Udvikling ift. 2020	% udvikling ift. 2020
Destination Vesterhavet	6.616.000	401.000	6,5%
Destination NordVestkysten	5.048.000	256.000	5,3%
Wonderful Copenhagen	4.132.000	526.000	14,6%
Aarhusregionen	3.627.000	354.000	10,8%
Destination Fyn	3.440.000	346.000	11,2%
Destination Sønderjylland	3.422.000	173.000	5,3%
Destination Nord	2.157.000	49.000	2,3%
Destination Bornholm	1.679.000	212.000	14,5%
Destination Trekantområdet	1.658.000	163.000	10,9%
VisitLolland-Falster	1.573.000	116.000	7,9%
Destination Vadehavskysten	1.049.000	44.000	4,4%
Destination SydvestDanmark	965.000	69.000	7,7%
VisitNordsjælland	830.000	61.000	7,9%
Destination Limfjorden	822.000	98.000	13,6%
Destination Kystlandet	776.000	57.000	7,9%
Destination Sjælland	741.000	76.000	11,5%
Destination Himmerland	729.000	12.000	1,7%
VisitFjordlandet	303.000	40.000	15,1%
VisitHerning	165.000	7.000	4,3%
Uden for destinationsselskab	1.257.000	107.000	9,3%
Hele landet	40.988.000	3.168.000	8,4%



Kilde: Danmarks Statistik. Overnatningstal er afrundede. Overnatningerne dækker hoteller, lejede feriehuse, campingpladser, lystbådehavne, vandrerhjem og feriecentre. De dækker ikke overnatninger i fx eget feriehuse, AirBnB, Bed&Breakfast og overnatninger hos familie og venner.

Der var stor variation i, hvor destinationernes gæster kom fra i Danmark

Her vises andelen af gæster, der afholdt ferie på tværs af de enkelte destinationer, og hvordan feriegæsterne fordelte sig ift. bopælsregion. Fx besøgte 18% af de danskere, der holdt ferie i Danmark, Aarhusregionen. Blandt disse kom 30% fra Region Hovedstaden.



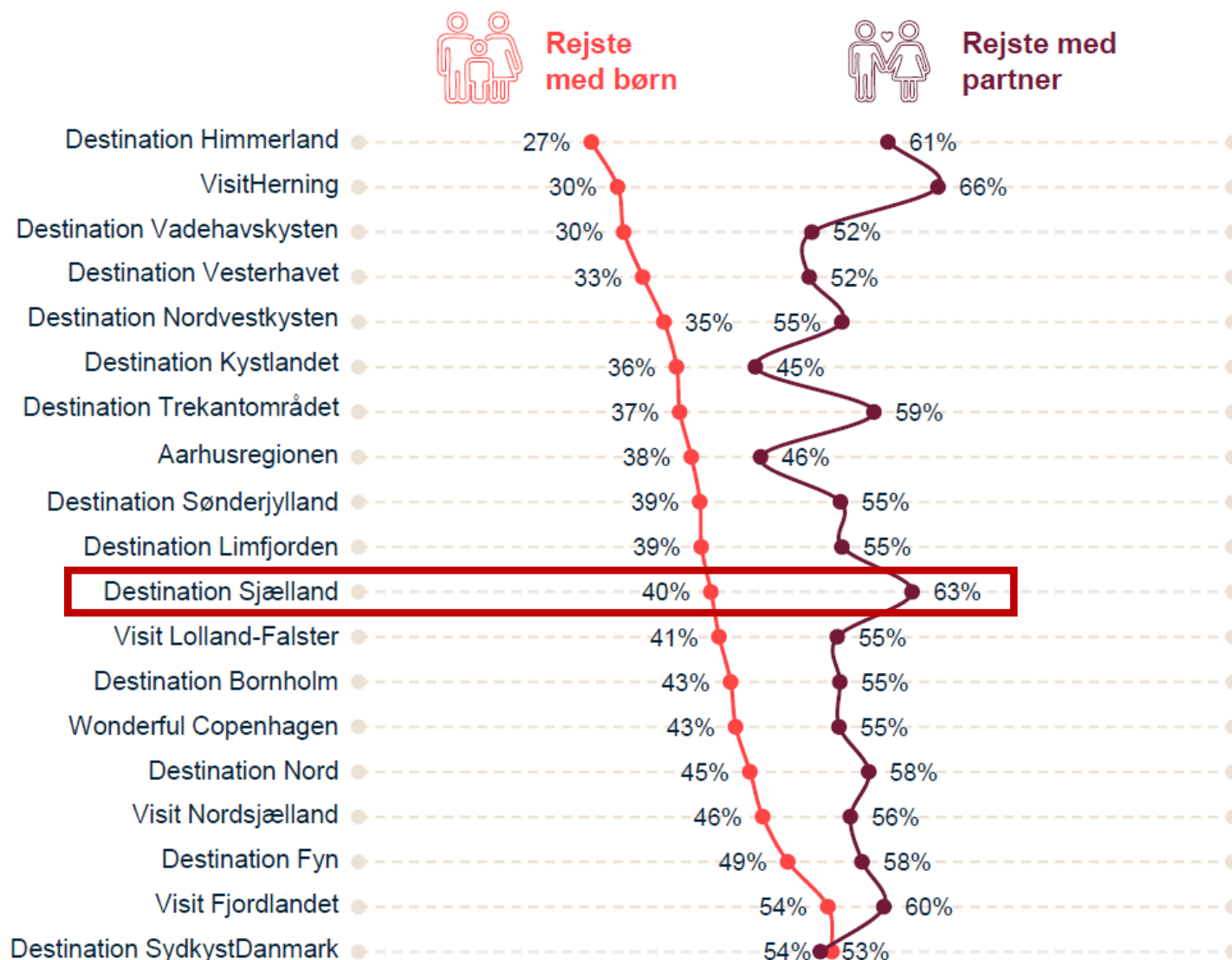
Destination	Andel danske feriegæster	Hovedstaden	Sjælland	Syddanmark	Midtjylland	Nordjylland
5. Aarhusregionen	18%	30%	11%	20%	27%	13%
17. Wonderful Copenhagen	15%	27%	4%	23%	29%	17%
12. Destination Fyn	15%	39%	6%	13%	30%	13%
7. Destination Vesterhavet	14%	21%	7%	18%	42%	13%
2. Destination Nord	12%	29%	16%	13%	35%	8%
1. Destination Nordvestkysten	12%	32%	0%	37%	21%	10%
11. Destination Sønderjylland	10%	23%	3%	30%	39%	5%
19. Destination Bornholm	8%	23%	16%	34%	21%	6%
14. Visit Lolland-Falster	7%	29%	29%	26%	15%	0%
4. Destination Limfjorden	7%	26%	5%	29%	30%	10%
18. Visit Nordsjælland	7%	38%	13%	22%	16%	12%
13. Destination Sjælland	7%	29%	15%	24%	26%	7%
8. Destination Trekantområdet	6%	37%	36%	10%	13%	4%
10. Destination Vadehavskysten	6%	52%	16%	17%	12%	3%
3. Destination Himmerland	5%	39%	29%	18%	15%	0%
6. Visit Herning	4%	58%	0%	20%	22%	0%
15. Destination SydkystDanmark	4%	24%	13%	20%	28%	14%
16. Visit Fjordlandet	3%	68%	0%	20%	4%	9%
9. Destination Kystlandet	3%	65%	15%	8%	8%	4%

Der var relativt store forskelle i andelen af danskere, der rejste med børn til de forskellige destinationer

Flertallet af danskerne rejste med partner, hvilket er tilfældet på tværs af næsten alle danske destinationer. Alligevel var der enkelte forskelle i andelene, som rejste med partner på tværs af destinationer, hvor der fx var 66 pct., der rejste med partner ved ferie i VisitHerning-området, mens det kun var tilfældet for 45 pct. af de rejsende i Destination Kystlandet.

De største forskelle findes i andelen af danskere, der rejste med børn til en destination - her defineret som både egne børn, børnebørn eller andres børn. Mens kun 27 pct. af de rejsende i Destination Himmerland rejste med børn, så rejste dobbelt så mange med børn i Destination Sydvestjylland (54 pct.).

Hvilken af følgende beskriver bedst den gruppe, du foretog din primære ferie med?



DIGITAL MARKEDSFØRING

184.000 BRUGERE AF HJEMMESIDER

26.000 FØLGERE PÅ FACEBOOK

45 BETALTE KAMPAGNER

104 FACEBOOKOPSLAG

10.000.000 EKSPONERINGER AF KAMPAGNEMATERIALE

81.140 GÆSTER SENDT VIDERE TIL PARTNERKANALER

520 SIGN-UPS TIL NYHEDSBREV

TOP 3 SIDER

- HVAD SKER DER I DAG? / KULTUNAUT
- SJOV FOR BØRN
- VANDRETURE

HOP I HAVET I HVER JERES KAJAK

NATUREN HOLDER ALTID ÅBEN, SÅ TAG PÅ EVENTYR

Tag våddragten på og oplev Destination Sjællands mere end 500 kilometer kyststrækning fra vandsiden. Nyd en morgentur på havet og mærk bølgerne fra indersiden af en kajak. Oplev Danmark sammen med familien og med himlen og havet som en fantastisk fælles kulisse.

SAMMENOM.DK/SOMMER

DESTINATIONSJÆLLAND.DK

MEGET MERE END #BARE DANMARK

ROSNÆS

FILENSCHIEEL

SOMMER OM SÆRLIGE OPLEVELSER DESTINATION SJÆLLAND

DESTINATION SJÆLLAND

SAMMEN OM VINTERFERIE

SE MERE PÅ SAMMENOM.DK/HÅB

Destination Sjælland
Offentliggjort af Iternum Digital · 2. februar ·

Lyset vender tilbage og giver håb i en mørk tid. I Destination Sjælland venter særlige oplevelser både i lys og mørke...

DESTINATION SJÆLLAND

DESTINATIONSJÆLLAND.DK
Håb - Sammen om særlige oplevelser

148 3 kommentarer

DESTINATION SJÆLLAND

PRESSEBESØG

Udenlandske besøg laves i samarbejde med VisitDenmark – de er garant for kvaliteten af besøget.

Vi dyrker temaer i forbindelse med besøgene. Hellere fokus på en niche eller et temaer end en ”grå mudret fortælling”, der stikker i mange retninger.

Temaer kan være cykling, vin, vikinger og meget andet...



**SJÆLLANDS
OUTBACK**



SAMMEN OM
destinationsjaelland.dk



TAK FOR HJÆLPEN

Ingen presse- og influencerbesøg uden hjælp fra vores NETVÆRKSPartnere

Tak for hjælpen med oplevelser, overnatning, bespisning, guidning og meget andet...

Det giver Destination Sjælland mulighed for at lande rigtigt spændende besøg, der giver opmærksomhed på den korte og lange bane

PRESSEBESØG 2021

- Condé Nast Traveler

Amerikansk magasin med 5 millioner læsere om måneden, 16 millioner unikke besøgende online

Fokus på vin i Skandinavien med besøg på Dyrehøj Vingaard.

Artiklen er netop offentliggjort.

- Süddeutsche Zeitung

Dagligt oplag på 317.000 og 1,27 millioner læsere

Fokus på Istidsruten og mulighederne omkring den.

Artiklen er offentliggjort i august.



PRESSEBESØG 2021

- Geniessen & Reisen

Tysk magasin med oplag på 104.000 og 758.000 læsere

Fokus på egnsunikke produkter kombineret med oplevelser i Destination Sjælland.

Artiklen offentliggøres i 2022

- Pasar

Belgisk cykelmagasin med oplag på 30.000 og 150.000 læsere

Fokus på cykling i Destination Sjælland.

Artiklen offentliggøres i 2022



PRESSEBESØG 2021

- TOUR

Tysk magasin med oplag på 63.277 og et læsertal på 390.000

Fokus på cykling – den mere hardcore slags med lange distancer osv. (TdF, PostNord mv.)

Offentliggøres i 2022

- Samarbejde med Fishing Zealand

Besøg af fiskejournalist, der skriver til Danmarks Sportsfiskerforbunds magasin + en stribe udenlandske magasiner

Offentliggøres i 2022

Derudover har vi haft besøg af en stribe danske journalister og fik aflyst/udskudt et par udenlandske besøg pga. Covid-19



Favner Destination Sjælland
som lokation og dækker over en
invitation om at komme "HER TIL"



Hjælpsomhed er en del
af den Vestsjællandske dna.
Det skal ikke pakkes ind

Som helhed sendes både et signal
om driftighed, gåpåmod og
medmenneskelighed



1. HJÆLPSOMHED

Som et klassisk hjælpeskit, men indeholdende lokale specialiteter eller gaver til ditto, samt en "four guide" til de mange vestsjællandske attraktioner, som bør kunne vække stoltheden - selv hos en lokal.

All indhold skal vinkles mod hjælpesomhed og vores hjælpesomhedskit vil både indeholde raske overraskelser i disciplinen hjælpesomhed og lidt lokalt til gænen, som kan opretholde energien til at være hjælpesom.

Manuskript til hjælpesomhed (enkle greb, 20 sek meditation + en god tanke + mere empati)

LOKAL-KULTOUREN

Fortolkninger af Vestsjællandsk hjælpesomhed, kreeret af en lokal kunstner. Disse skal hver især så auktioneres væk og beløbet går til at fremme et lokalkulturelt event op til/under TDF.



HER HJÆLPER VI TIL MIX AF KAMPAGNER OG AKTIVITETER

1. NOMINERING AF DE BEDSTE LOKALE HJÆLPERYTTERE
2. LIKE EN HJÆLPERYTTER
3. HJÆLPSOMHEDS-KIT
4. LOKAL-KULTOUREN
5. KVALIFIKTIONEN
6. HER HJÆLPER VI TIL DET SIDSTE
7. OPLÆG OG LOGO PÅ PARTNERPORTAL



PROJEKTER MED NETVÆRKSPARTNERE



- INDIVIDUELLE VÆKSTFORLØB
 - 20 NETVÆRKSPartnere har i 2021 påbegyndt et 1:1 vækstforløb med individuelle rådgivere
 - Formålet har været at ruste virksomhederne til vækst gennem udvikling af en individuel og konkret vækstplan
 - Forløbene er en del af EU-projektet Væksttur hvor Destination Sjælland er projektpartnere og har en samlet værdi af 975.000 kr. eks. moms
- UDVIKLING AF VÆRKTØJ TIL IMPLEMENTERBAR VIDENSDELING
 - Pilotprojekt om at gøre forskningsresultater nemmere at implementere i driften hos den enkelte aktør
- DATADREVET DESTINATIONSUDVIKLING
 - Hvordan kan data bruges til at udvikle turismen kommercielt – og hvilken ny data kan anvendes (teledata, trafikdata, app tracking, etc)
 - Skabe en datahub – Opdateres løbende på vores hjemmeside



2021: NETVÆRKSpartnere involveret i projekter



SAMMEN OM
destinationsjaelland.dk



MALSK SPISEHUS V/ DENNIS



TID TIL NETVÆRK

Vi starter igen
kl. 9.40



GÆSTER FRA MUSHOLM

Hvor tilgængelig er din virksomhed?

Musholm Bugt, Ferie og Konferenccenter besøges hvert år af omkring 20.000 gæster.

Målgruppe: Sommer - børnefamilier og par

Hele året – handicaporganisationer (grupper)

Hvad interesserer Musholms gæster sig for?

Fuldstændig det samme som du og jeg. Det er bare ikke altid nemt at afkode adgangsforhold!

Har du f.eks. taget stilling til:

Ledsagerkort

Adgang/trapper/belægning

Parkering

Toiletforhold

Er du interesseret i at blive besøgt af et 'taskforce' der kan hjælpe/inspirere til forbedringer?



SJÆLLANDS OUTBACK

Forretningsudviklingsforløb

Forløbet byder både på:

Individuelt sparringsforløb for 15 virksomheder

- Start januar, i alt 5 timer, incl. besøg af konsulent
- KickOff den 12. januar 2022
- Midtvejsworkshop 24. februar 2022
- Afsluttende outdoormesse uge 12.



2021 / DK · DE · GB

SAMMEN

OM SÆRLIGE OPLEVELSER

NATUREN HOLDER ALTID ÅBENT

ÅBNE VIDDER, ENDELØSE KYSTER,
CHARMERENDE ØER OG DYBE SKOVE

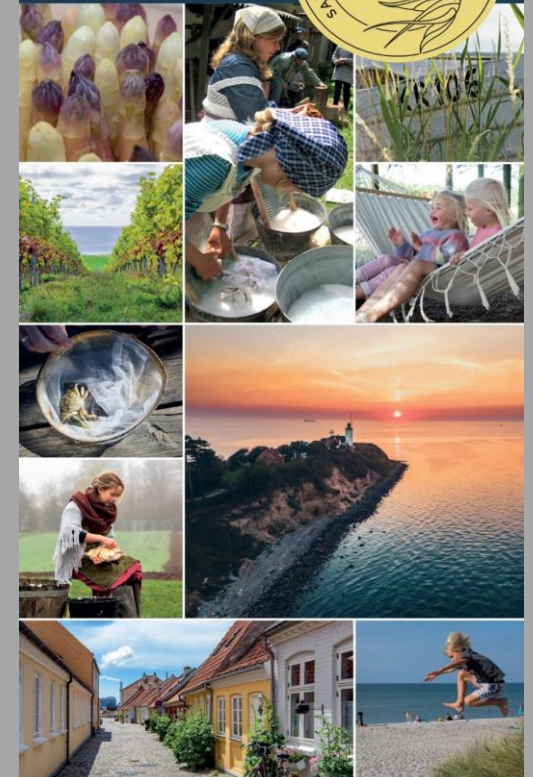
*Gå på opdagelse i
Sjællands spisekammer*

ANTIDAGLIGDAG
BALSAM
FOR SJÆLEN

UDGIVELSER 2022

- **DESTINATIONS MAGASIN**
 - 80.000 eksemplarer
 - Feriehuse i Holbæk, Kalundborg, Odsherred, Slagelse og Sorø
- **GODE HISTORIER OG UNIKKE OPLEVELSER**
 - Yderligere info udgår i næste uge
 - Deadline ult. januar

GODE HISTORIER
OG UNIKKE
OPLEVELSER
2021 / 2022



DESTINATIONSJÆLLAND.DK



TURISTINSPIRATIONER

Tour de France → kaffemøde primo 2022

Kickoff 30. marts 2022



Nye aktiviteter for NETVÆRKSpartnere



- Vi har en række aktiviteter på tegnebrættet i 2022 – og I har mulighed for at være med!
- Noget af det vi har i pipeline for 2022:
 - Hjælp til **evaluering af events, attraktioner, overnatningssteder, ture og destinationen** generelt
 - Undersøgelse af **turisternes tilfredshed, adfærd og mobilitet**
 - Udvikling af fælles mål og implementering af **metoder for bæredygtig turisme og destinationsudvikling**
 - Udvikling og markedsafprøvning af **bæredygtige servicekoncepter omkring Istidsruten**
 - **Målrettet udvikling af flere og bedre madoplevelser** samt signatur events gennem workshops og individuelle udviklingsforløb
 - **International presseindsats** med fokus på madturisme og maddestinationer
- **Tag gerne fat i os hvis det har vakt jeres interesse og ellers hører I nærmere i det nye år**



**Tusind tak for i år –
Vi ses igen i 2022**