

Opsamling på drøftelse om branding og markedsføring af øerne den 31. maj

på baggrund af inspirationsoplæg ved Anja Hartung Sfyrla fra Loop Nordic suppleret med perspektiver fra Louise Damgaard Terkildsen, Destination Sjælland og Merete Rohde Larsen, Skælskør Bykontor

Turister og besøgende har meget begrænset, eller slet intet, kendskab til Sydvestsjælland.

Der skal arbejdes med digital tilstedeværelse på en bred front.

Kobling af øerne med Trelleborg.

Ambassadørrollen – vi skal alle sammen være ambassadører for vores øer. Ambassadørrollen på færgerne, eventuelt ved at teste det af i et par uger.

Fokus på målgruppen og prioritering af hvor og hvornår man skal forsøge at ramme dem, man gerne vil tiltrække:

- Turister/borgere, der kører ned på Stignæs:
 - Forslag om at lave et fælles arrangement på Stignæs, der skaber synlighed om vores øer
- Besøgende der er på vej på færgerne – eventuelt med et kort der fortæller om det man kan opleve
- De, der endnu ikke ved at øerne byder på helt særlige oplevelser – Facebook og Instagram

Potentiale forbundet med sommerhusgæsterne langs hele Storebæltskysten. De er her allerede og leder efter en oplevelse i nærområdet.