



DATO  
11. oktober 2019

## Ejerstrategi for Destinations Sjælland A/S

### Baggrund og formål

Ejerstrategien gælder for Destination Sjælland A/S, der er et aktieselskab ejet af kommunerne Sorø, Slagelse, Kalundborg, Holbæk og Odsherred.

Selskabets etablering har udgangspunkt i den offentlige turismefremme, som primært er afgrænset af lovene "Lov om erhvervsfremme" og "Lov om ændring af lov om dansk turisme og lov om VisitDenmark", der trådte i kraft pr. 1. januar 2019.

Selskabet varetager turismefremmeaktiviteterne inden for partnernes samlede geografiske område.

Formålet med ejerstrategien er at fastlægge ejernes overordnede rammer og strategiske retning for Destination Sjælland A/S.

### Ejerkommunernes indflydelse, udøvelse og samarbejde

Ejerkommunerne udøver aktivt deres ejerrettigheder gennem ejerstrategien og gennem udpegning af bestyrelsesmedlemmer til bestyrelsen for Destination Sjælland A/S. Ejerstrategien skal sikre, at selskabet varetager ejerkommunernes interesser på kort og langt sigt.

Selskabets daglige ledelse sikre i samarbejde med bestyrelsen, at ejerne og øvrige partnere får leveret de aftalte primære ydelser og udviklingsaktiviteter, som beskrevet i de tilknyttede notater samt indenfor rammerne af ejerstrategien og gældende lovgivning.

En grundlæggende forventning er, at selskabet udmønter sit virke effektivt, omkostningsbevidst og med et højt fagligt kvalitetsniveau.

Understøttende for ejerstrategien er følgende dokumenter:

- Selskabets ejeraftale og vedtægter.
- Kommunernes notat om økonomi: "Destination Sjælland A/S – Økonomiske forhold".
- Selskabets leverancer: "Det nye destinationselskabs primære leverancer".
- "Strategi for turismefremme" udarbejdet af selskabet.

Kommunerne vil i udøvelsen af ejerrollen sikre, at det til enhver tid sker i overensstemmelse med de gældende principper for god selskabsledelse. Kommunernes engagement som ejere må ikke give anledning til tvivl om, at kommunernes myndighedsrolle udøves objektivt og neutralt.

Et aktivt ejerskab og en god selskabsledelse forudsætter, at alle medvirker til et godt, konstruktivt og positivt samarbejde mellem ejere, bestyrelse og ledelsen i selskabet. Derfor vil ejerkommuner, bestyrelse og ledelsen i selskabet løbende gensidigt informere hinanden om forhold, der må antages at have interesse for selskabets virke og drift. Parterne tilstræber at informere hinanden så tidligt som muligt ud fra princippet om "ingen overraskelser". Derfor

#### Kontakt

Sagsansvarlig:  
Tage Riskjær Svendsen  
Udviklingsstaben

Kalundborg Kommune  
Rynkevangen 13  
4400 Kalundborg

Telefon, direkte: 59 53 45 11

inddrages ejerkommunerne administrativt direkte i forhold til selskabets ledelse, særligt ved forberedelse af bestyrelsens beslutninger af væsentlig betydning.

### **Aftalens varighed**

Ejerstrategien skal betragtes som et dynamisk dokument til udvikling af selskabet både på kort og langt sigt. Derfor tilpasses ejerstrategien løbende til den aktuelle udvikling på turismeområdet og i selskabet.

Ejerstrategien er gældende frem til, at der foreligger en ny og godkendt ejerstrategi.

Ejerstrategien godkendes af kommunalbestyrelse/byråd i hver af ejerkommunerne.

### **Strategiske prioriteringer**

Ejerkommunerne samler kompetencer og ressourcer, som komplementerer og understøtter de turismestrategiske indsatser i det fælles selskab. Målet er at opnå vækst, øget effektivitet, videndeling og professionalisering i arbejdet med at udvikle turismeaktiviteterne og manifestere destinationens samlede potentialer.

Selskabet skal være den afgørende facilitator for at skabe sammenhængskraft på tværs af ejerkommunerne. Selskabet skal styrke en fælles attraktionskraft og skabe en gennemslagskraft, der kan fremme en lang række indsatser, som den enkelte aktør og kommuner ikke kan opnå alene.

Nedenfor er opstillet en række strategiske indsatser, som skal fremmes:

#### Selskabet skal styrke samarbejdet med øvrige aktører, der kan understøtte turismeerhvervet.

Selskabet skal, når turismeaktører eller udviklingsopgaver behøver det, inddrage eller videreformidle til de rette øvrige erhvervsfremmeaktører, herunder særligt de lokale erhvervskontorer og Erhvervshuset. Det er vigtigt at selskabet udnytter de særlige kompetencer som bestrides af de rette aktører og netværk.

#### Koble sig til nationale og regionale tiltag, med udgangspunkt i selskabets geografi.

Selskabet skal være orienteret mod særligt de nationale og regionale turismesamarbejder og strategiske tiltag, for på denne måde at kunne tilgå den nyeste viden, deltage i fælles markedsføring og udviklingsinitiativer.

#### Styrke dagturismen.

Flere dagturister skaber omsætning for de handlende, øvrige byerhverv og øger besøgstillene på attraktionerne. Det er derfor vigtigt at inddrage detailhandlen, restauranter, hoteller, kulturinstitutioner, seværdigheder mm. i markedsføringen samt i deltagelse i andre særlige tilbud og events. Der skal deslige være et særligt fokus på at konvertere flere af dagsturisterne til overnattende turister direkte eller ved genbesøg, da overnattende turister har et større forbrug end dagsturister. Desuden har dagturismen en særlig betydning for øerne.

#### Fokus på nye og flere turistsegmenter – bredere turist grundlag

Der er flere nye trends inden for turismen. Der opstår flere og flere segmenter, der afspejler særlige udfordringer og tilpasninger. Segmenteringen af turisterne skyldes delvist en øget individualisering – men ikke kun i forhold til oplevelser specifikt for den ene, men også i forhold til deltagelse i fællesskaber og fælles oplevelser. Den afledte effekt af de særlige ønsker til oplevelser er krav på kvalitet og autenticitet. Særkrav resulterer typisk i en større økonomi og vækst, og heraf bedre indtjeningssevne direkte til turisterhvervene, men også til andre lokale byerhverv og handlende.

Der skal derfor ske en afsøgning af mulighederne for at satse på nye segmenter, herunder de nødvendige tiltag for markedsføring og udvikling, rettet mod segmenter som aktivturerister, naturturerister, ældreturerister, krydstogtturerister m.fl.

Øge antallet af overnatninger ved udbygning, opkvalificering og en mere differentieret overnatningskapacitet.

Fokus på tiltrækning af investeringer og initiativer, der har flere – og bedre – overnatningspladser som omdrejningspunkt. Der skal særligt fokus på investeringer i opkvalificering og udnyttelse af eksisterende overnatningskapacitet (herunder også udvide sæsonen for sommerhusudlejning), men også bygning af nye sommerhuse og hoteller. Det vil være tiltag, der også vil være til gavn for beskæftigelsen og de lokale håndværkere. Det skal ske i koordinering med detailhandlen og attraktionerne.

Styrke turismeomsætningen og turismevirksomhedernes indtjeningsevne.

Der er et behov for en markant opgradering af faglige kvalifikationer og kompetencer i turismeerhvervet for at kunne sikre en styrket professionalisering, konkurrenceevne og øget indtjeningsevne. Det kan bl.a. være en styrket digitalisering, som er afgørende for både kompetenceudviklingen, drift af virksomhed og markedsføring af produkter. Desuden vil et øget strategisk samarbejde mellem de handlende og andre turismevirksomheder, styrke muligheden for investeringer i nye produkter, services, faciliteter m.m. Det kan igangsætte en positiv investerings- og udviklingsspiral, som øger destinationens kvalitet og attraktivitet.

Afsøge mulighederne for udvidet kommunalt og regionalt samarbejde

Da udgangspunktet for ejerkommuneren er, at selskabet er åben overfor dialog med kommuner, der ønsker at blive en del af selskabet eller samarbejde med selskabet, så skal selskabet også have særligt fokus på de muligheder.