



Udkast til strategisk retning 2020 - 2025

# Vores destinations væsentligste opgave

Vores destination har det strategiske og overordnede ansvar for gæsternes oplevelse af området i sin helhed og for at destinationen fremstår som et ærligt, samlet og velkomponeret oplevelseslandskab.

Dette gøres blandt andet igennem:

- Stedsudvikling
- Netværk
- Forretnings- og produktudvikling
- Kommunikation

..... og det sker i tæt samarbejde med aktører, foreninger, frivillige, kommuner og de øvrige turismefremmeorganisationer i dansk turisme.



# Vores vision og mission

## Vision

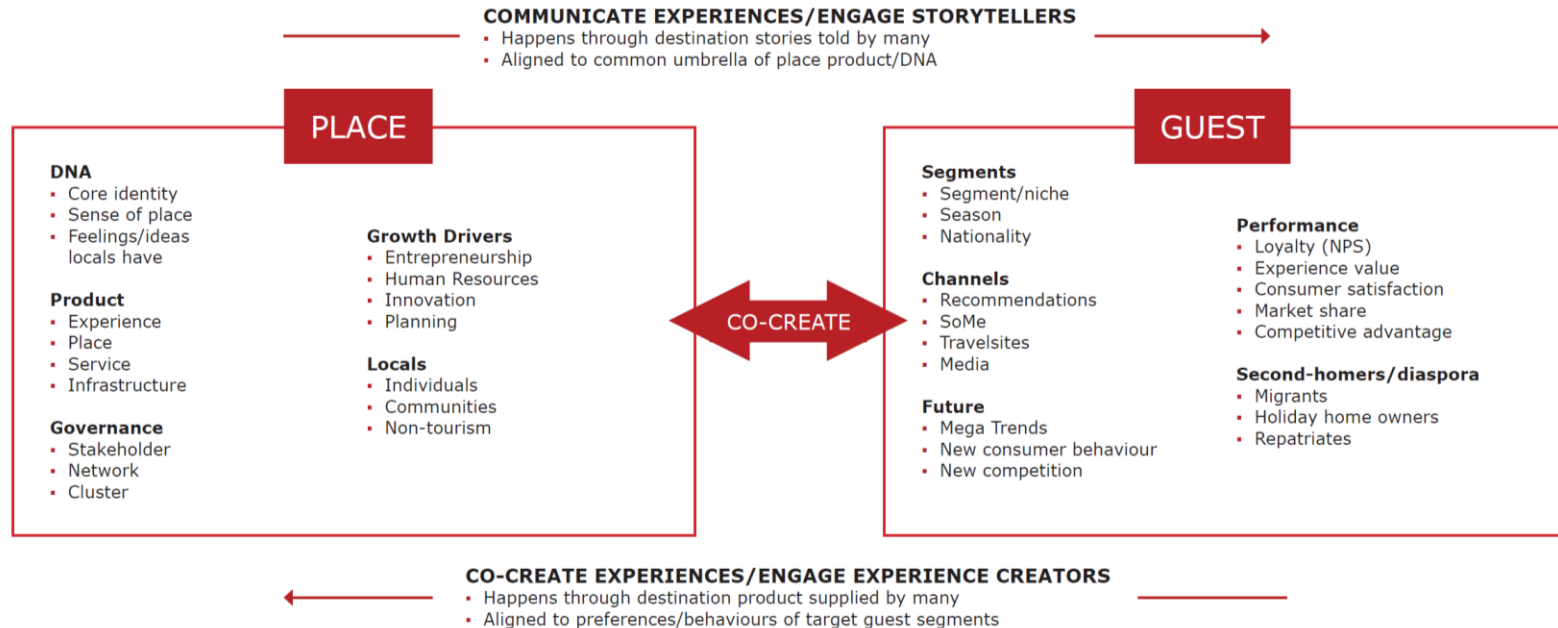
Med vores landlige idyl, attraktive kyster og charmerende købstadsliv, fremstår Destination Sjælland som Østdanmarks rekreative oase, kendt for sin klare sammenhæng mellem landskab, kultur, og egnsunikke produkter. Vi udnytter vores fysiske nærhed og oplevelsesmæssige kontrast til København. Vi er "den levende destination", som kombinerer fornøjelse, fordybelse og fysisk aktivitet

## Mission

Gennem stedsudvikling, netværk, forretnings- og produktudvikling samt kommunikation, fremhæver vi destinationens mange kvaliteter. Dette sker i et samarbejde med turismeerhvervet, hvor vi - via "ledestjerner" og "stjernebillede" - opdyrker nye og attraktive oplevelsessammenhænge. Sammen med vores aktører, er det vores fælles mål at øge vækst og beskæftigelse.



# Vores destinations væsentligste opgave



# Kernefortællingen

## Landskabet og kulturarven - vores særlige identitet

Vores dramatiske istidslandskaber, den lange og afvekslende kystlinje, kompletteret af sine småøer, er igennem årtusinder skabt af naturens vilde kræfter. Et enestående og malerisk landskab med et helt særligt lys er opstået og danner rammen om aktive oplevelser, hvor sammenhængen mellem naturen, historien, købstadslivet og egnsunikke produkter opleves autentisk, konkret og i øjenhøjde. Her kombineres det uhøjtidelige, afslappede og finurlige med storslåede udsigter, nye indsigter og giver appetit på mere. I destination Sjælland bliver du budt velkommen som én af os.



# Vores ledestjerner

## Oplevelser, attraktioner og seværdigheder

### National tiltrækningskraft

- **Dragsholm Slot**
- Kragerup Gods
- **Trelleborg**
- Sommerland Sjælland
- Naturpark Åmosen
- **UNESCO Geopark Odsherred**
- **Brorfelde**
- Sorø Akademi
- **Istidsruten (på sigt)**

De med fed fremhævet skrift, vurderes tillige at have international tiltrækningskraft.

### Regional tiltrækningskraft (ikke udtømmende)

- Andelslandsbyen
- Panzermuseum East
- Birkegårdens Haver og Zen Garden
- Sorø Kunstmuseum
- Malergården og Guldaldergård
- Danmarks Busmuseum
- Hempel Glasmuseum
- Odsherred Zoo Rescue
- Odsherred Kunstmuseum
- Korsør Fæstning
- Fjordstien
- Teatre
- Vingårde



# Vores ledestjerner

## Områder, byer og steder

### Identitetsskabende områder med særlige historier:

- Røsnæs
- Storebæltsbroen
- Øerne Orø, Omø, Agersø, Nekselø og Sejerø
- Lammefjorden
- Isefjordskysten
- Musholm Bugt
- Sjællands Odde
- Rørvig-halvøen
- Kystlinjen og sommerhusområderne

### Certificerede naturområder:

- Naturpark Åmosen
- UNESCO Global Geopark Odsherred

### Større købstæder med stort udbud af dagligvarer, shopping og serviceydelser:

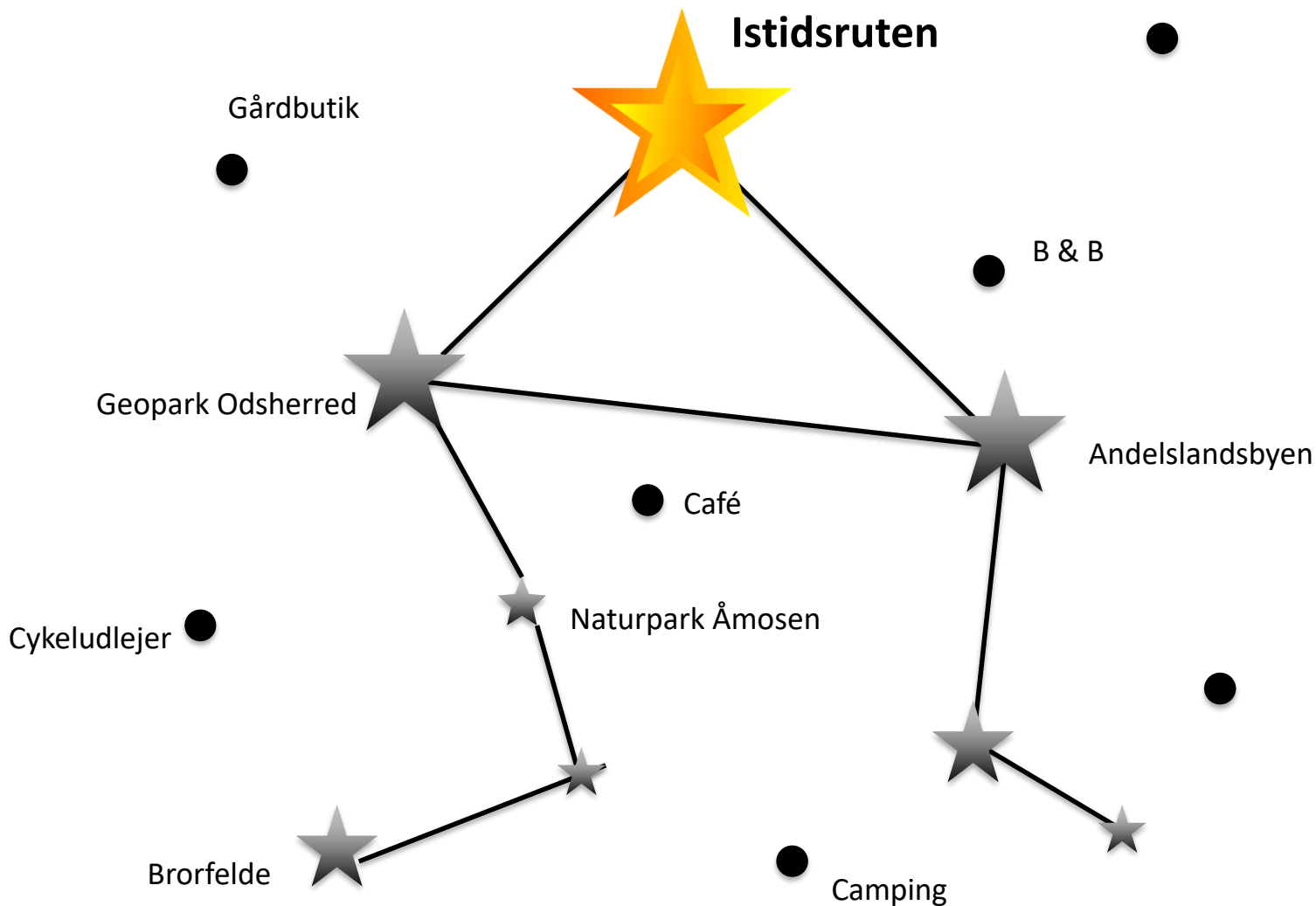
- Slagelse
- Holbæk

### Mindre købstæder med særlige kvaliteter:

- Sorø: Akademi og kunstmuseum
- Skælskør: Beliggenhed og by-miljø
- Nykøbing Sj.: Restauranter/caféer, "sommerby"
- Kalundborg: Højbyen/kirken



# Ledestjerne – et eksempel





# Vores brand

## **Destination Sjælland**

Et entydigt og fremtidssikret brand -  
en invitation til samarbejde på hele Sjælland



# Vores brandstruktur

Destination Sjællands brand bygges på konkrete, autentiske fortællinger i øjenhøjde. Destinationen er brandmanager.

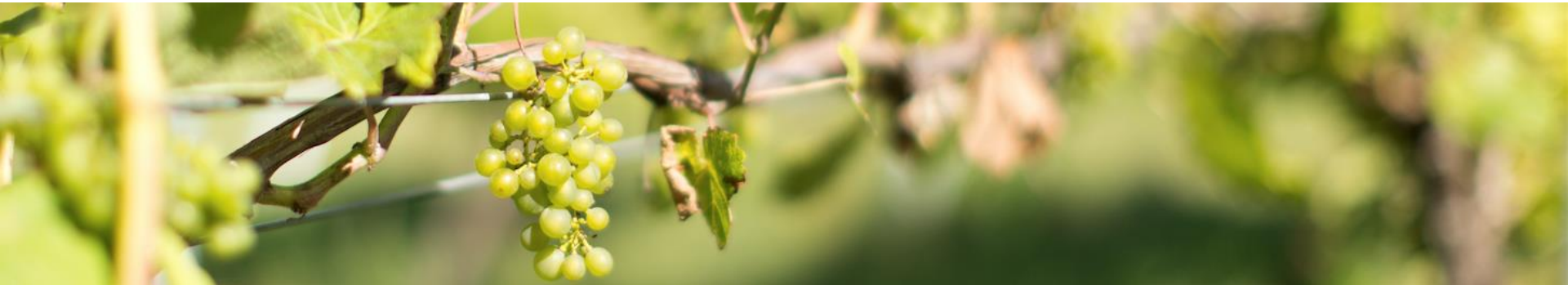
- Destinationsbrand: **Destination Sjælland**
- Sub-brand: **Røsnæs - en særlig del af Sjælland**
- Brand som blåstempling: **En særlig oplevelse på Sjælland**
  
- Organisationsbrand: **VisitSjælland**
- Organisationsbrand online: **VisitSjælland.dk** og **VisitSjælland.dk**



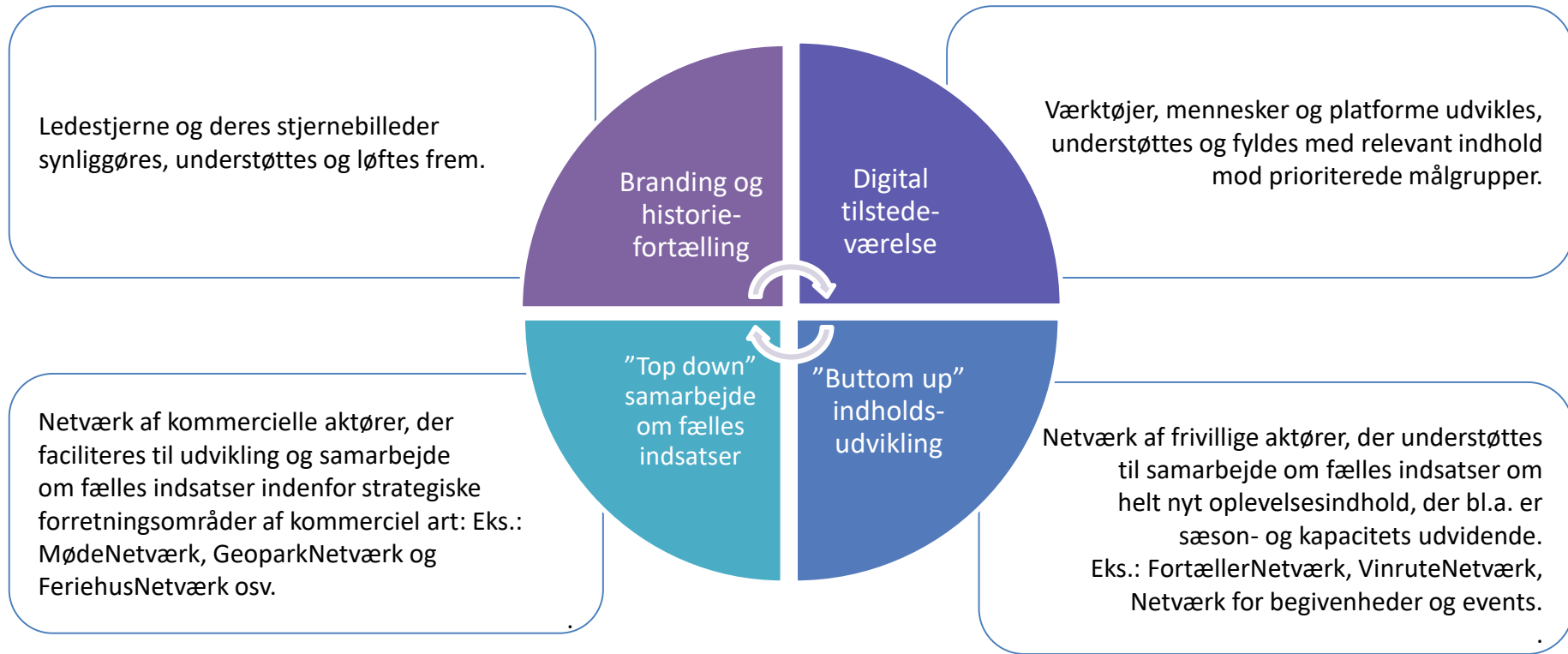
# Vores struktur for sub-brands

Eksempler på destinations sub-brands:

- **Røsnæs** – en særlig del af Sjælland
- **Odsherred** – en særlig del af Sjælland
- **Naturpark Åmosen** – en særlig del af Sjælland
- **Fjordlandet** – en særlig del af Sjælland
- **Istidsruten** – en særlig del af Sjælland



# Vores hovedindsatser de første år



# Vores succeskriterier

## **Organisationen VisitSjælland måles jævnligt på aktørernes, partnernes og ejernes:**

- 1) Kendskab til og viden om hvilke leverancer organisationen tilbyder.
- 2) Præference og relevans for at samarbejde med organisationen samt value for money.
- 3) Anbefaling af organisationen som samarbejdspartner.

## **Destination Sjælland måles jævnligt på:**

- 1) Den turismemæssige omsætning og antal beskæftigede på hele destinationen.
- 2) Den turismemæssige omsætning og antal beskæftigede hos ledestjernerne.
- 3) De besøgendes kendskab til og viden om destinationens oplevelser, steder og fortællinger.
- 4) De besøgendes præferencer for at besøge destinationen samt value for money.
- 5) De besøgendes anbefaling af destinationen som rejsemål.

