

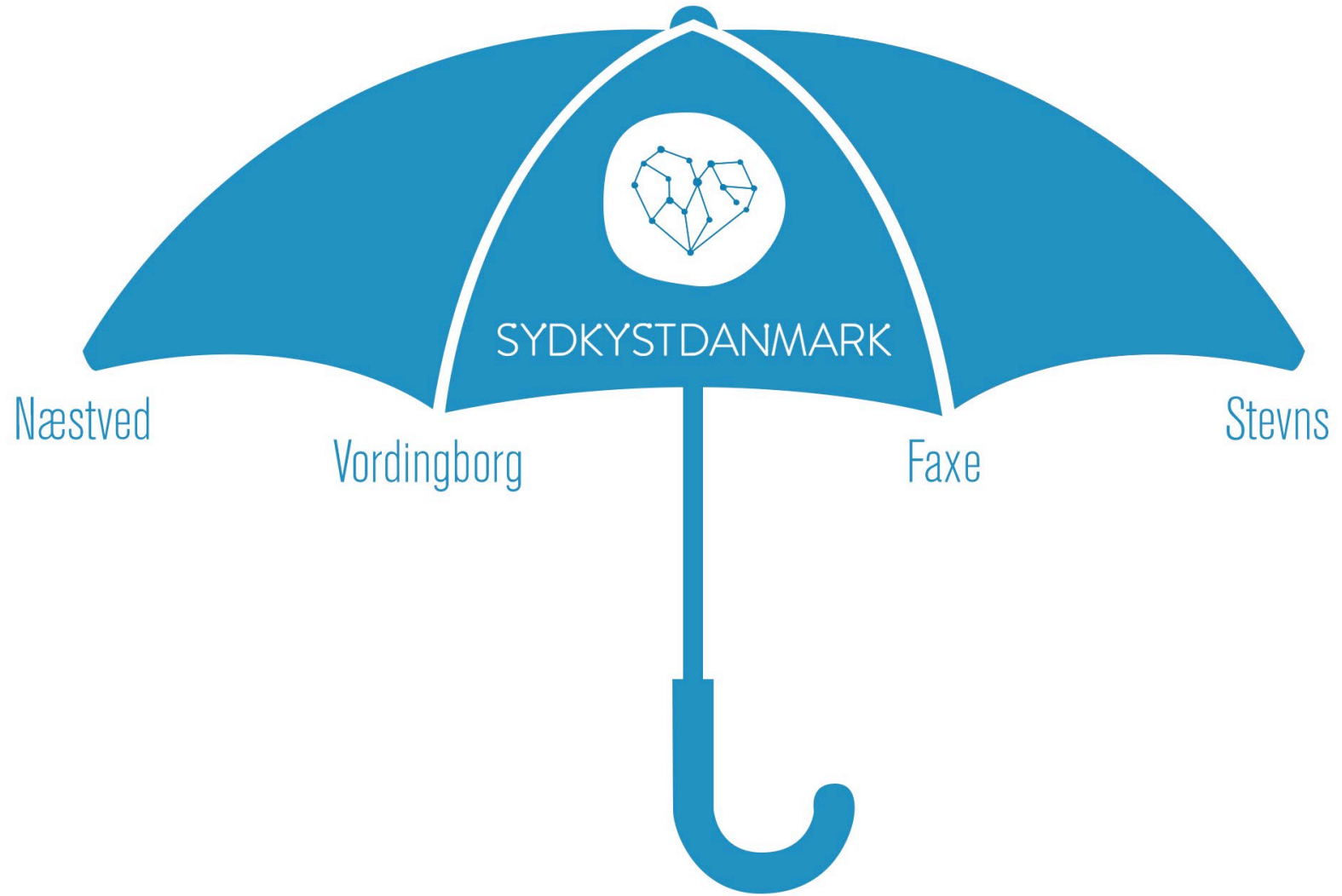
07-11-2022

PERSPEKTIVER FRA TURISMEBRANCHEN

VORDINGBORG KOMMUNE

destination
sydkystdanmark





Næstved

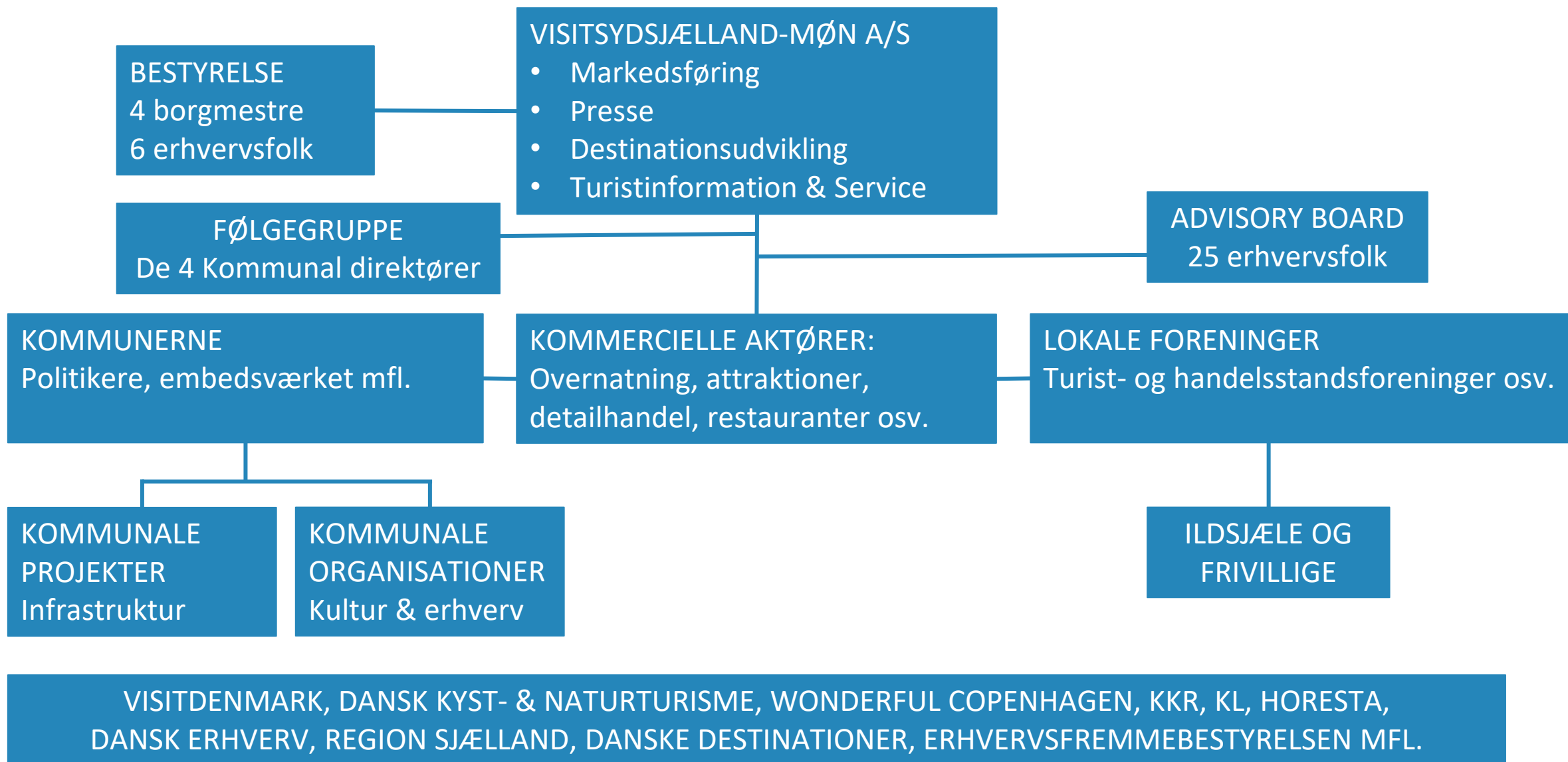
Vordingborg

Faxe

Stevns

SYDKYSTDANMARK

ORGANISERING VISITSYDSJÆLLAND-MØN A/S



VISM'S BESTYRELSE

- Carsten Rasmussen, Borgmester Næstved, Formand
- Mikael Smed, Borgmester Vordingborg, Næstformand
- Ole Vive, Borgmester Faxe
- Henning Urban Dam Nielsen, Borgmester Stevns
- Helle Reedtz-Thott, Dir. Gavnø Fonden
- Nils Natorp, Dir. GeoCenter Møns Klint
- Claus Høgenhaug, Dir. Rødvig Ferieby
- Keld Møller Hansen, Dir. Museum Sydøstdanmark
- Gregers Münter, Rønnede Kro
- Mette Feifer, Markedsdirektør, Dansk Erhverv

ADVISORY BOARD

MEDLEMMER FRA VORDINGBORG

- Silje Brenna, Hotel Frederiksminde
- Ole Eskling, Møns Klint Resort
- Carsten Nøhr, Kalvehave labyrintpark
- Mikkel Rasmussen, Jungshoved Præstegård
- Christian Petersen, Residens Møen



Illustration: Mads Bern

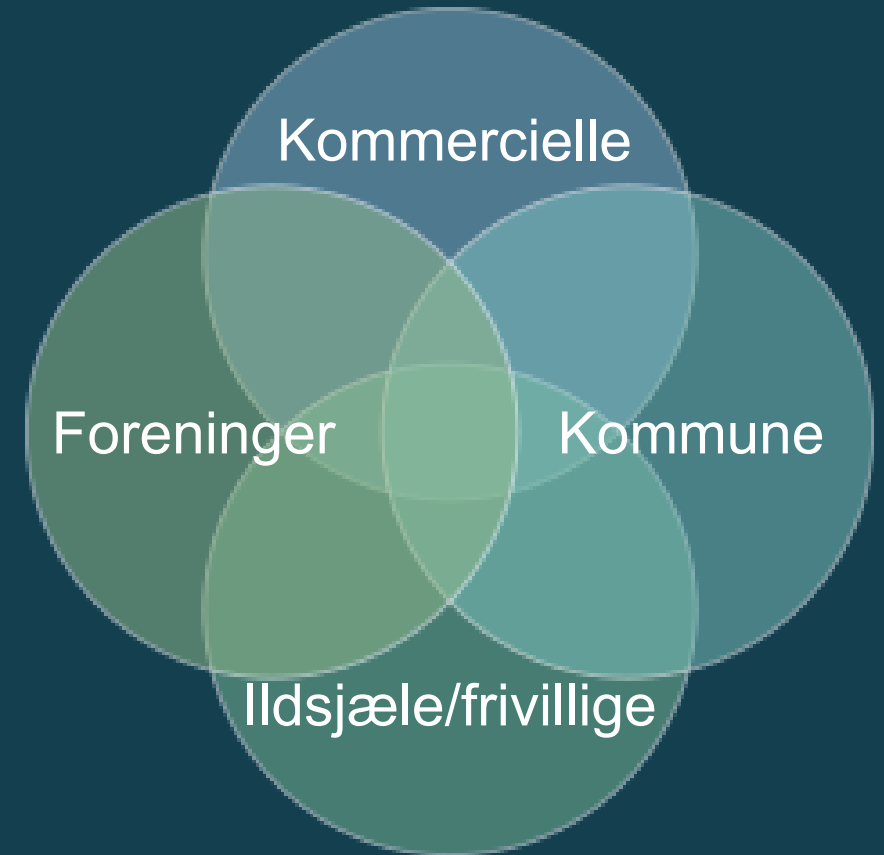
Turismekollektivet

fra Coronakrise til Bæredygtig Vækst

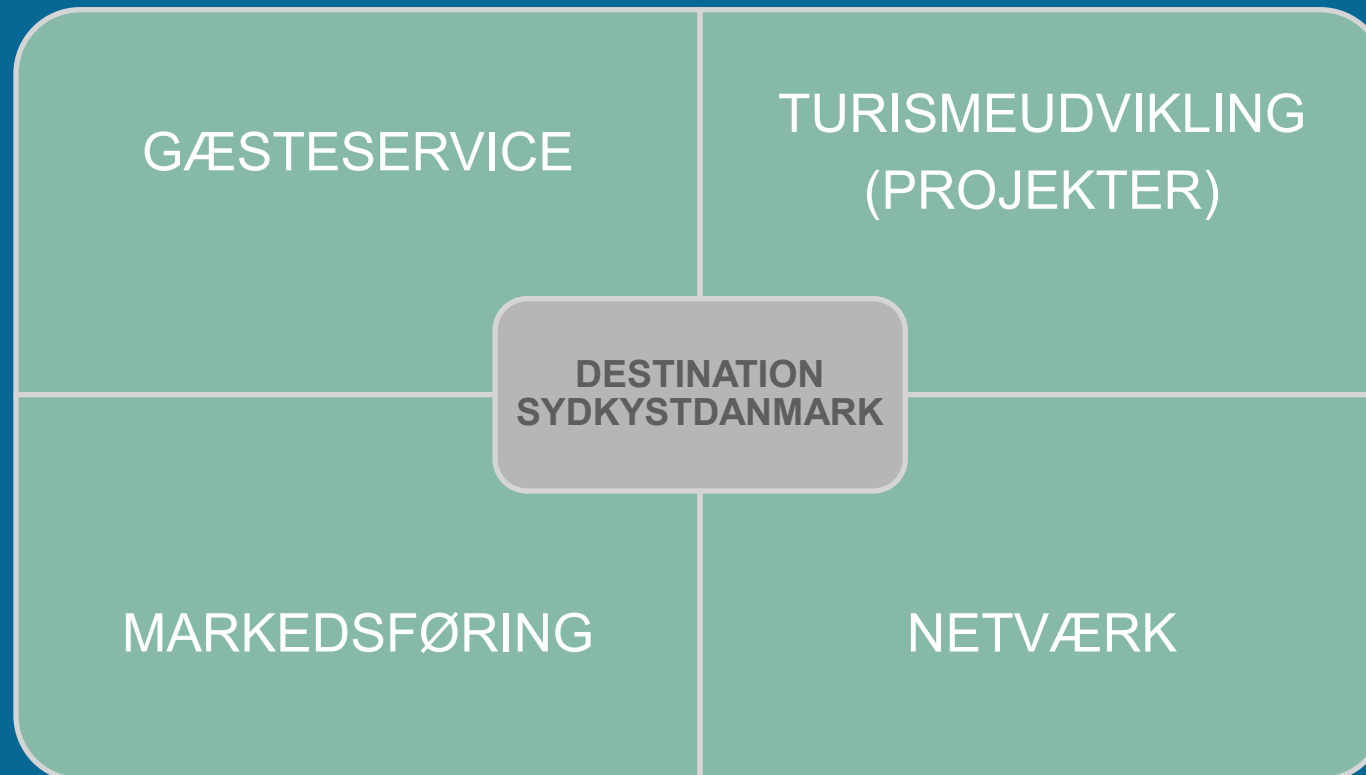
Turismekollektivet.dk – fås også som podcast

Kollektivet

- SydkystDanmark består af mere end 1000 forskellige aktører.
- Turistbranchen er et økosystemer, hvor de kommercielle aktører, foreninger, kommune og de frivillige/ildsjæle er afhængige af hinanden for at kunne skabe en positiv og bæredygtig vækst.



VISM's PRIMÆRE ARBEJDSOMRÅDER



REVITALISERING AF HAVNEMILJØER

Budget: Op til 2,6 mio.

Støtte: 50% Danmarks Erhvervsfremmebestyrelsen

Periode: 2020-2023

Partnere: Visit Lolland-Falster, Dansk Kyst- og Naturturisme



AKTIVITETER:

- Udviklingsforløb for aktører på 6 havne i SydkystDanmark
- Idekatalog for autocamperpladser
- Implementering af minimum 2 ideer
- Produktkendskabsture for havnenetværk
- Kommunikationsplan samt filmmateriale



UDVIKLINGSFORLØB FOR HAVNEMILJØERNE I SYDKYSTDANMARK:

- Kalvehave Havn
- Præstø Havn
- Rødvig Havn
- Faxe Ladeplads Havn
- Suså Træbådehavn
- Karrebæksminde Inderhavn

Orange Elevator leverer på baggrund af rundvisninger og interviews med aktører rapporter med anbefalinger til turismemæssige indsatser.



IDEKATALOG FOR AUTOCAMPERE

Dansk Kyst- og Naturturisme er projektleder for et idekatalog for autocampere, som deles nationalt. Idekataloget bygger på fire udvalgte havne.

Udvalgte havne:

- Kalvehave Lystbådehavn
- Faxe Ladeplads Lystbådehavn
- Dybsø Havn
- Gedser Lystbådehavn

Hasløv og Kjærsgård leverer idekatalog på baggrund af møder med aktører i havnene. Fokus på forretningsmodeller, integrering af gæstetyper og placering af autocampere ift. flow på havnen. Hver havn får også skitsetegninger med forslag.



VORDINGBORG VIRKSOMHEDER INDRAGET I SYDKYSTDANMARKS PROJEKTER:

- Bed & Boats
- Camønoagaarden
- Den Grønne Port
- Eventyrbåde
- Feriepartner Møn-Stevns
- Færgen Ida
- Geocenter Møns Klint
- Hotel Frederiksminde
- Hotel Residens Møen
- House of Møn
- Villa Huno
- LPW Group (Cafe Mocca)
- Museum Sydøstdanmark
- Møn Bådene
- Møn Is
- Møn Islænderture
- Møn Surf
- Møn Tours
- Møn Økologisk
- Møns Camping (Hårbølle)
- Møns Klint Resort
- Restaurant Portofino
- Rone Klint Kajakcenter
- Hårbølle Mejeri
- Isle of Møn Spirits
- Jungshoved Præstegård
- Kalvehave Labyrintpark
- Klintholm Gårdbutik
- Kok & Rul
- Koster Færgegård, Camping Mønbroen
- Stillevandring Møn (Camønogården)
- Sydkysthaven
- Sweet & Coffee
- Thorvaldsen Samlingen på Nysø



NETVÆRK & GÆSTESERVICE

destination
sydkystdanmark

19 TURISTINFORMATIONER I VORDINGBORG:

- ❖ Brobike Kalvehave
- ❖ Danmarks Borgcenter
- ❖ Geocenter Møns Klint
- ❖ Jungshoved Præstegaard
- ❖ Camp Møns Klint
- ❖ Klintholm Havn
- ❖ Møns Museum i Stege
- ❖ Residens Møen
- ❖ House of Møn
- ❖ Bog & Idé Vordingborg
- ❖ Præstø Havn
- ❖ Tissot & Koch Præstø
- ❖ Vordingborg Nordhavn
- ❖ Camping Mønbroen
- ❖ Kalvehave Havn
- ❖ Bogø Brød
- ❖ Hårbølle Havn
- ❖ Masned Sund Havn
- ❖ Camønoogaarden



TOURIST



INFORMATION

MARKEDSFØRING



HVORDAN GØR VI DET?

Google

GOOGLE



WEBSITES



PLATFORM-SAMARBEJDE



PRESSE/
INFLUENCERS



ADVERTORIALS/
REDAKTIONELLE
ANNONCER

SYDKYSTDANMARKS
MARKEDSFØRING



MEDIESAMARBEJDE
FX ALT.DK



FOTOS



KAMPAGNER



VIDEO-MARKEDSFØRING



SOCIALE MEDIER



SyddkystDanmarks
**Feriepiloter
til havs**

Følg turen på
[instagram.dk/syddkystdanmark](https://www.instagram.com/syddkystdanmark)

**7 dage
3 piger
1 spækhugger
fra Svanemøllen
til Klintholm**

TIL HAVS

FERIEPILOT SPECIAL

- "Dannelsesrejse" for 3 unge kvinder
- Uge 27
- Sejlads alene i en "Spækhugger"
- Fotograf med på hele turen
- Outcome:
 - Reality-lignende video af oplevelser undervejs
 - Teste og anmelde oplevelser langs kysten, i havnene og tæt på havnen
 - Overtager SyddkystDanmarks Instagram
 - Pressebearbejdning

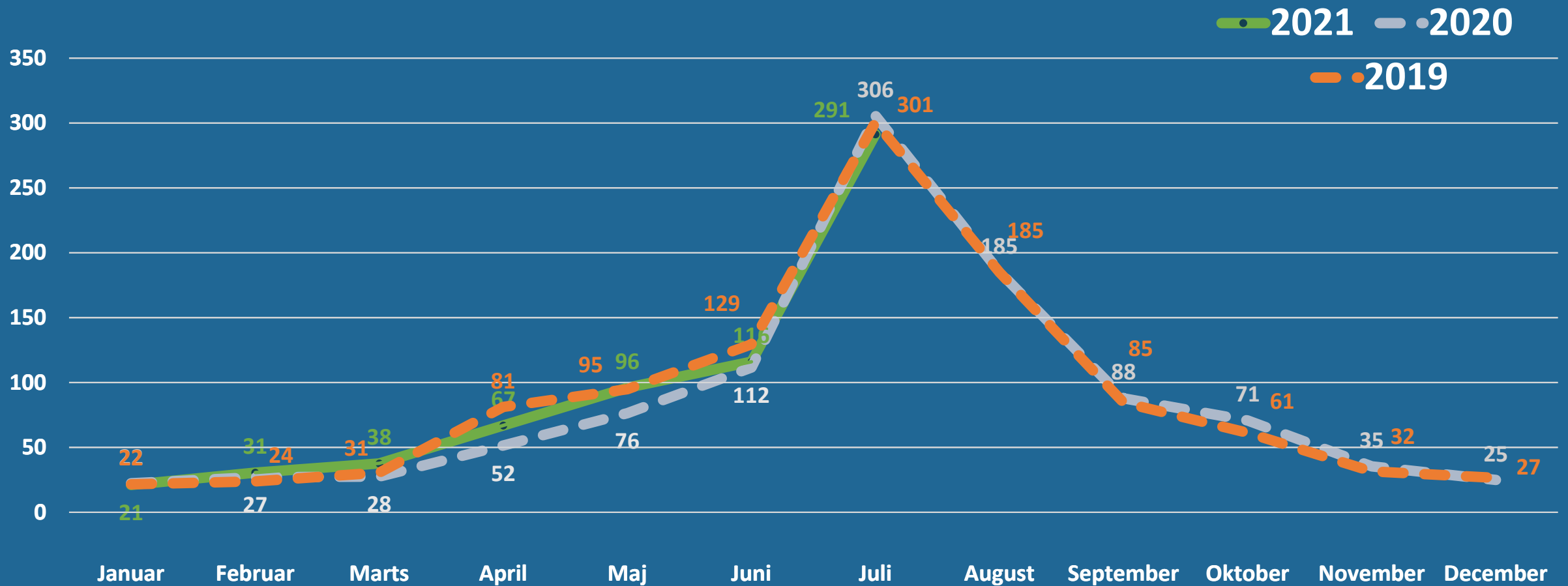
destination
syddkystdanmark



HVORNÅR KOMMER TURISTERNE?

Overnatningstal 2019 vs. 2020 vs. 2021

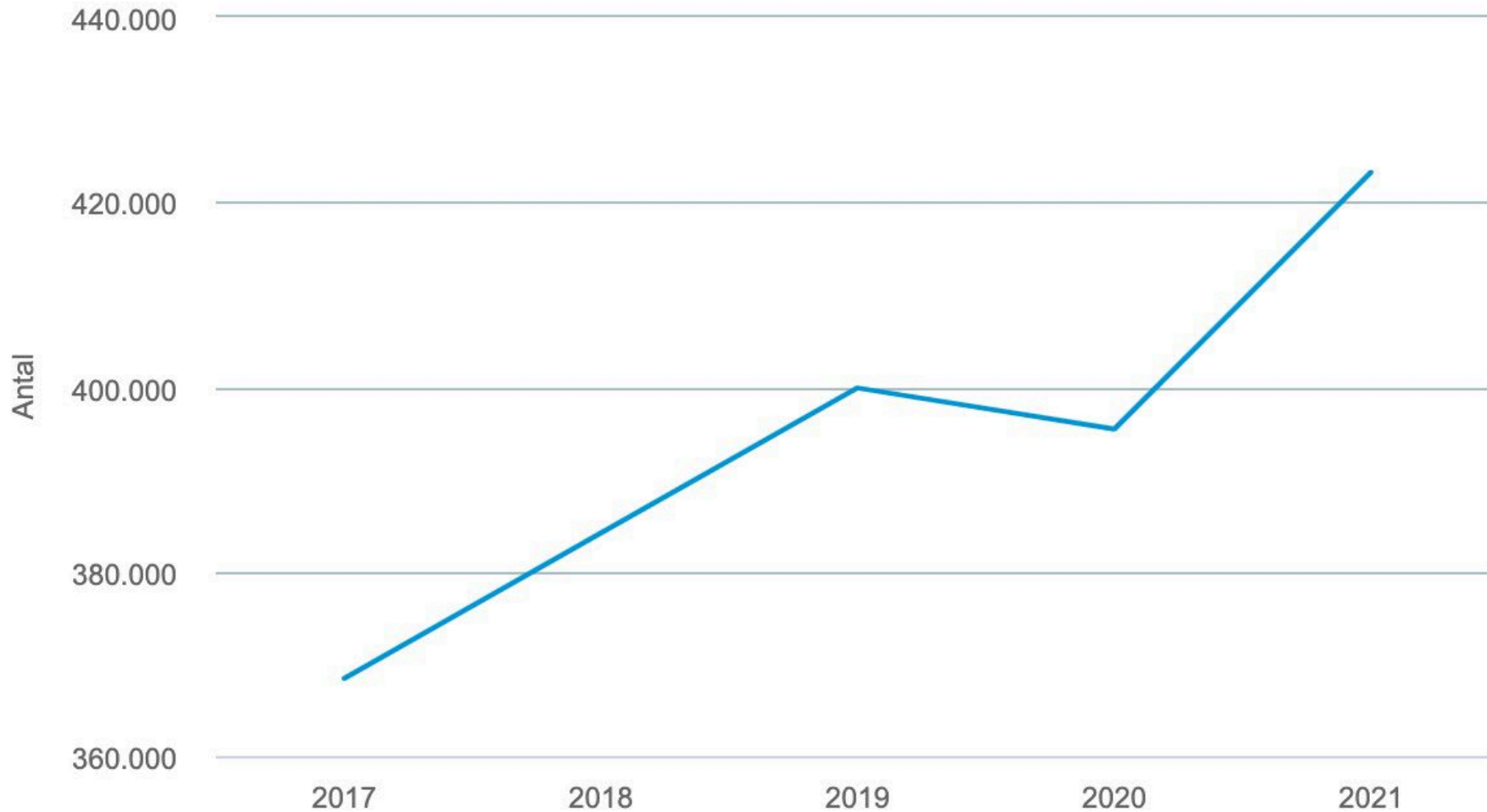
Danmarks Statistik



Alle overnatninger i Vordingborg fordelt på år

Overnatninger

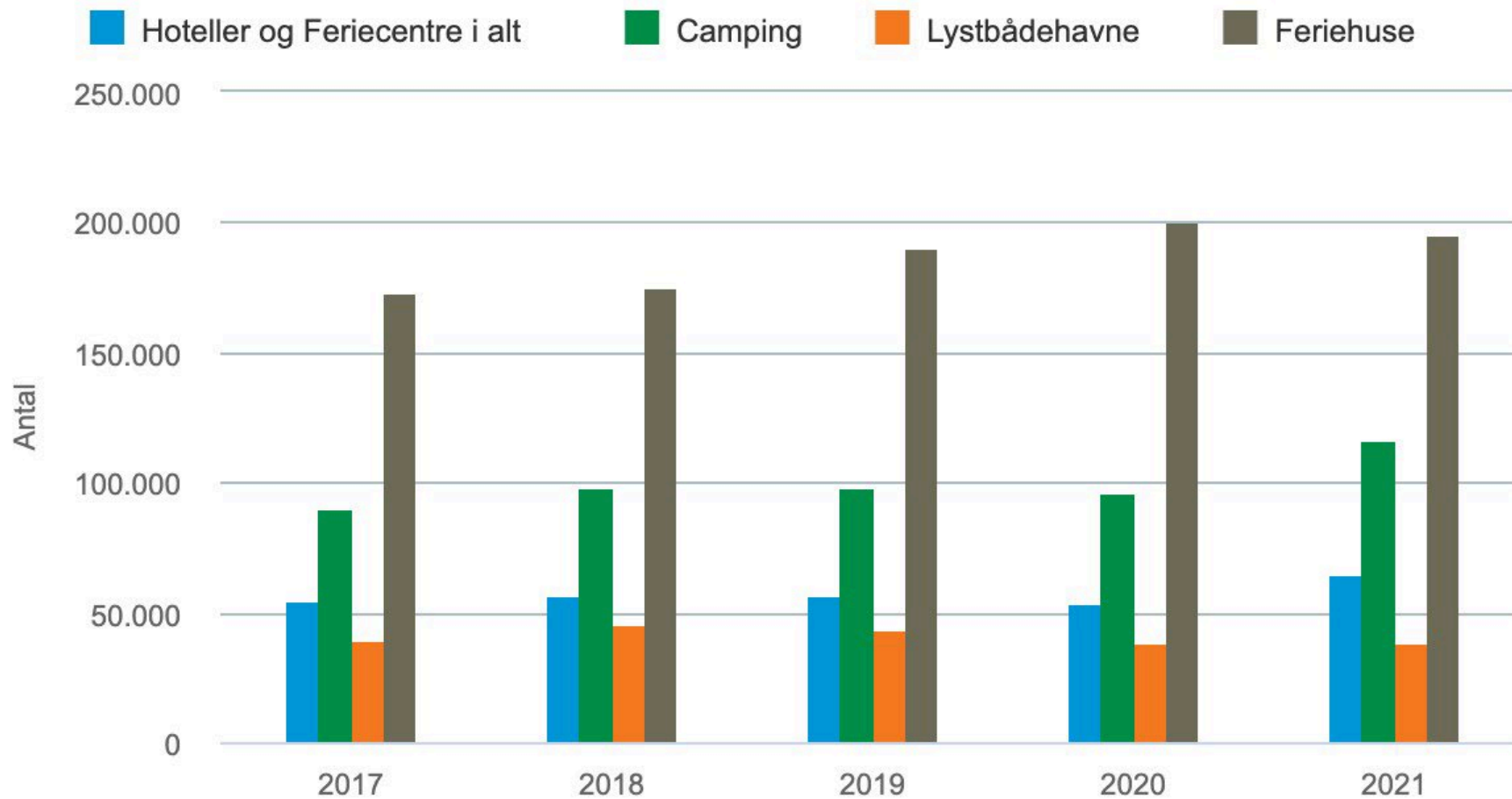
Kapacitet: Alle typer overnatninger | Periode: Hele året | Gæstens nationalitet: I alt |
Område: Vordingborg | Overnatningsform: Alle typer:



Overnatninger i Vordingborg fordelt på overnatningsformer

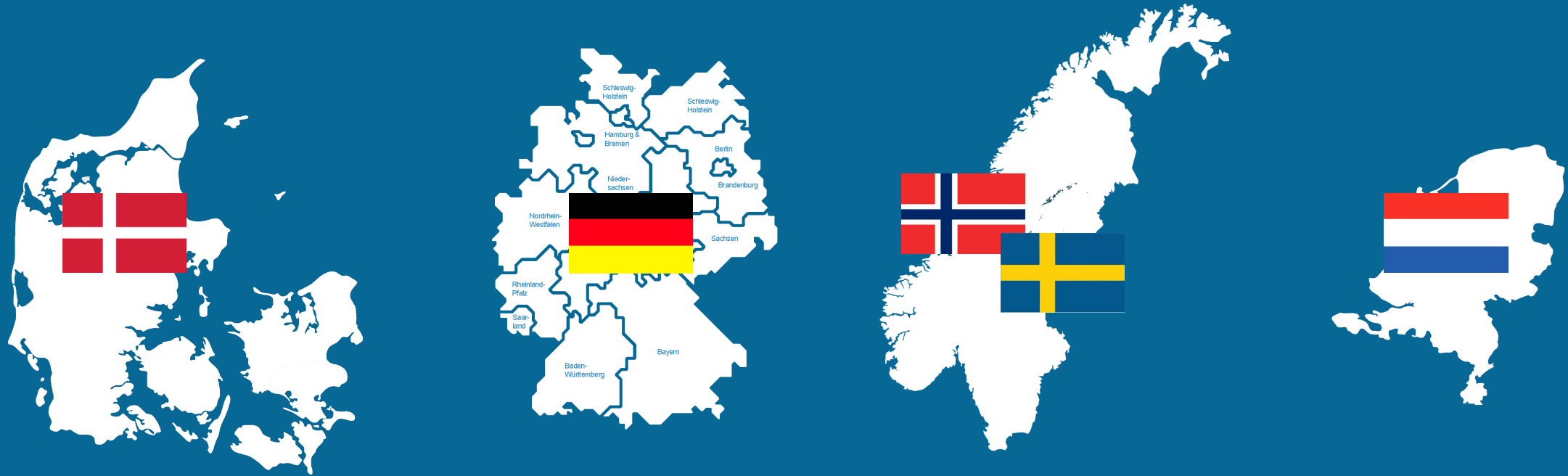
Overnatninger

Kapacitet: Alle typer overnatninger | Periode: Hele året | Gæstens nationalitet: I alt |
Område: Vordingborg | Overnatningsform:



*NB:
Overnatningssteder med under 40
senge tælles ikke med.

AKTIVE MARKEDER

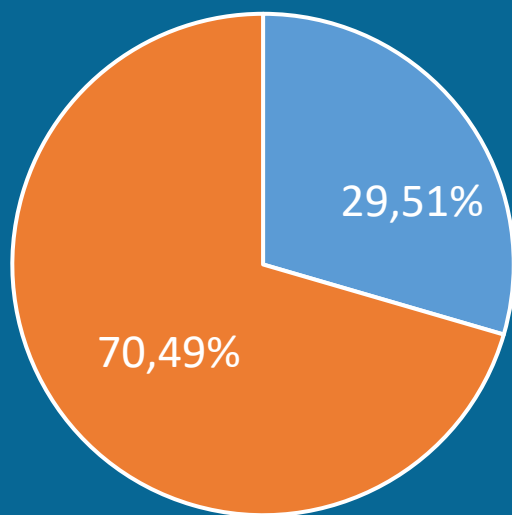


destination
sydkystdanmark

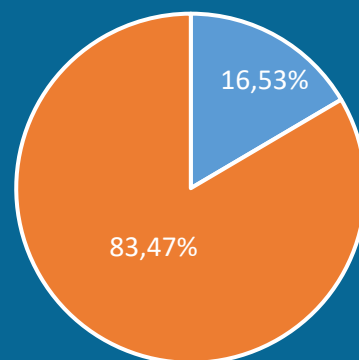
NATIONALITETER I DESTINATIONEN FORDELING AF OVERNATNINGER 2019



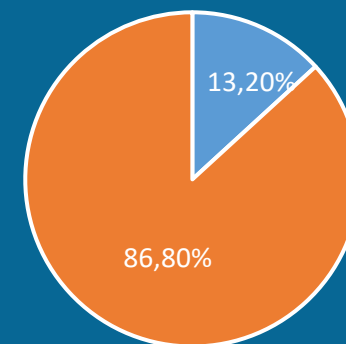
Generelt i SydkystDanmark



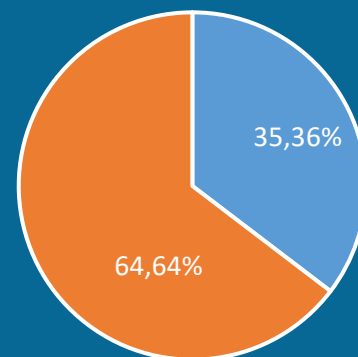
Faxe



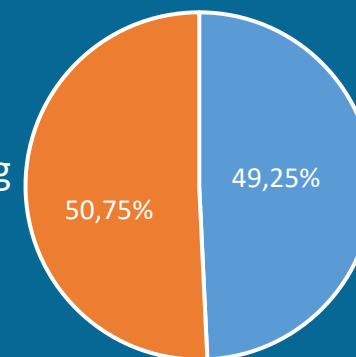
Næstved



Stevns



Vordingborg



HVAD SÅ MED LYSTSEJLERE?

- Lystsejlerne brugte i 2017 i gennemsnit 800 kr. i døgnet
- Forbruget er højest blandt de udenlandske lystsejlere
- Sammenlignet med 2006 er døgnforbruget steget.
- I 2006 lå det gennemsnitlige døgnforbrug på 265 kr. sammenlignet med 800 kr. i 2017.

DØGNFORBRUG 2017

I ALT: 800 DKK

UDLAND: 850 DKK

DANMARK: 750 DKK

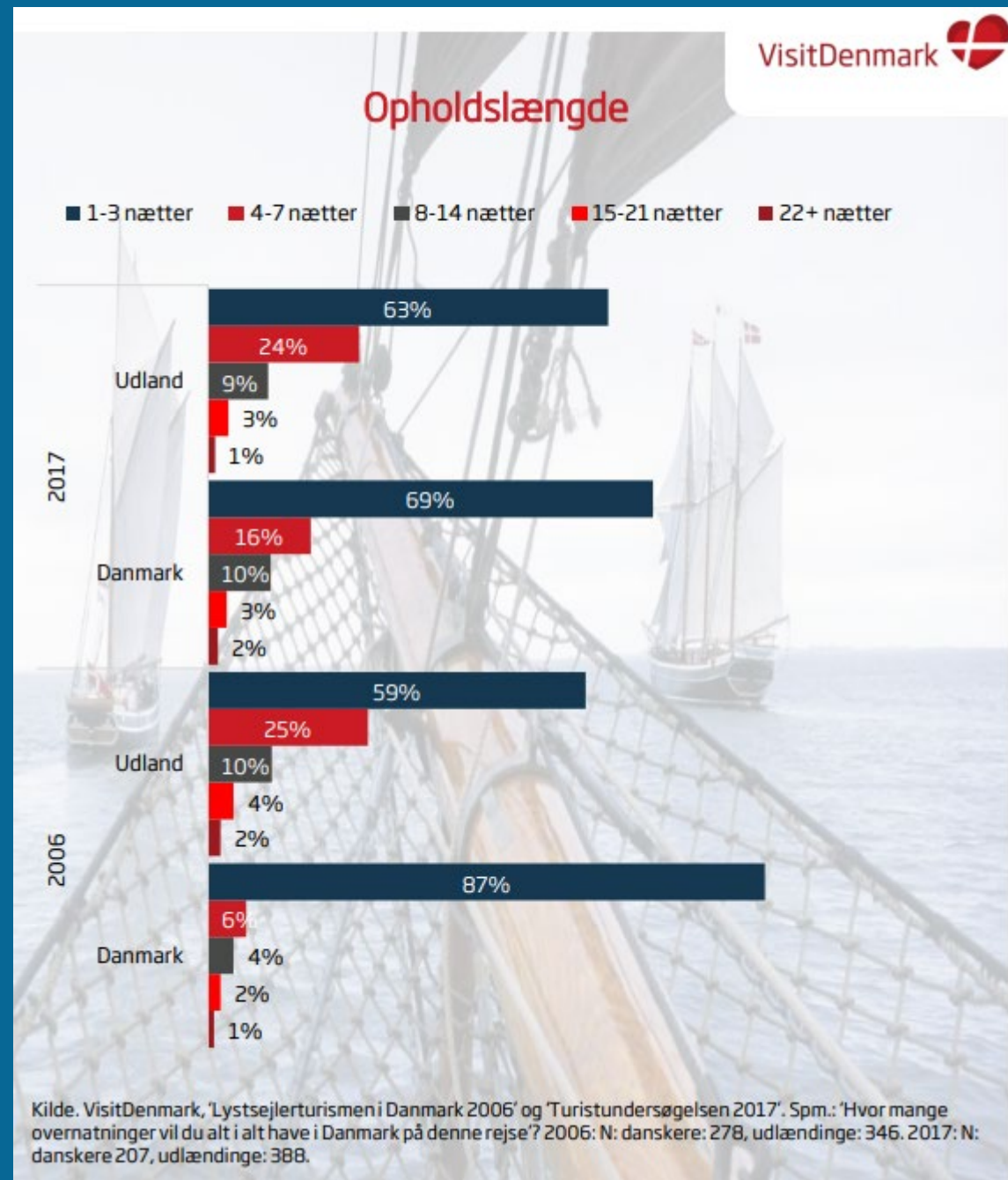
TURISTERNES FORBRUG OPDELT PÅ FORBRUGSPOSTER



47% af turisternes forbrug går til shopping + mad & drikke

LYSTSEJLERE OVERNATNING

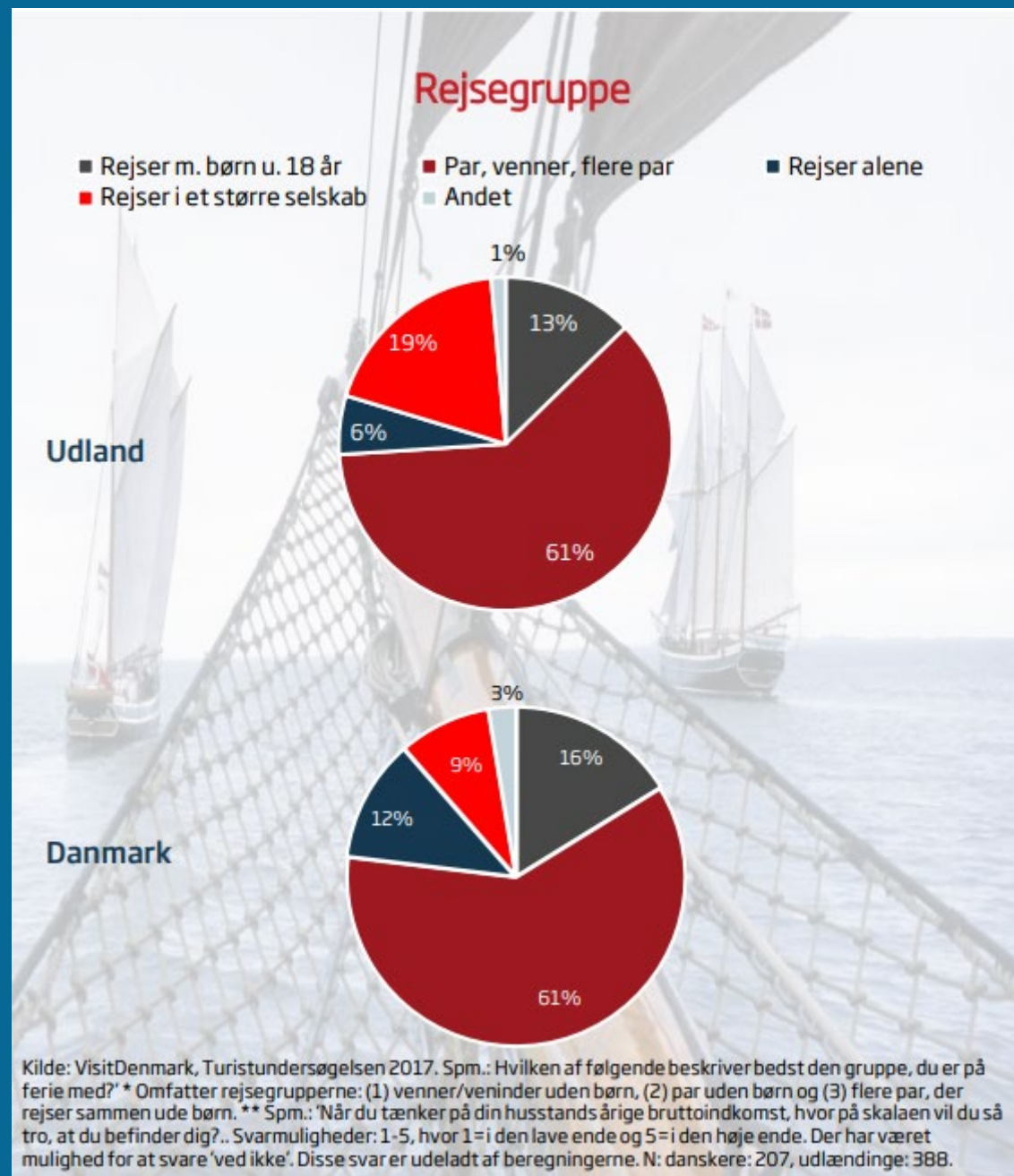
Størstedelen af lystsejlerne overnatter 1-3 nætter i på deres rejse i Danmark. Det gælder både blandt danske og udenlandske lystsejlere



LYSTSEJLERE

HVEM ER DE?

- 6 ud af 10 danske og udenlandske lystsejlere rejser som par / venner / vennepar.
- Den gennemsnitlige rejsegruppe er 2,2 for danske og 2,0 for udenlandske lystsejlere.
- Hovedparten af lystsejlerne er ældre end 40 år og rejser uden børn. Det gælder 88 pct. af de danske og 76 pct. af de udenlandske lystsejlere.



LYSTSEJLERE

REJSEMOTIV

- Tryghed er et vigtigt rejsemotiv for mange

Overordnede rejsemotiver

Rejsemotiver ift. valg af Danmark, 2017	Danmark		Udland	
	Pct.	Rang	Pct.	Rang
Trygt rejsemål	61 pct.	(2)	88 pct.	(1)
God lystbådehavn	81 pct.	(1)	85 pct.	(2)
Imødekommende befolkning	71 pct.	(3)	84 pct.	(3)
Rent og miljøvenligt rejsemål	67 pct.	(4)	83 pct.	(4)
Kort rejsetid	42 pct.	(6)	54 pct.	(5)
Godt tilbud	37 pct.	(7)	51 pct.	(6)
Fornuftigt prisniveau	58 pct.	(5)	45 pct.	(7)
Børnevenligt land	35 pct.	(8)	30 pct.	(8)
Besøge familie/venner	21 pct.	(9)	7 pct.	(9)
Særlig begivenhed	12 pct.	(10)	4 pct.	(10)

LYSTSEJLERE

REJSEMOTIV

- Strand, kyst og natur er de store trækplastre
- Seværdigheder
- Byliv
- Mad
- Kultur
- Mv.

OPLEVELSER som rejsemotiver

Rejsemotiver ift. valg af Danmark, 2017	Danmark		Udland	
	Pct.	Rang	Pct.	Rang
Strand, kyst og hav	75 pct.	(1)	86 pct.	(1)
Naturoplevelser	58 pct.	(3)	81 pct.	(2)
Lokal atmosfære/stemning	60 pct.	(2)	78 pct.	(3)
Lokale seværdigheder	26 pct.	(5)	46 pct.	(4)
Byliv	22 pct.	(6)	39 pct.	(5)
Dansk kultur	32 pct.	(4)	30 pct.	(6)
Madoplevelser/gastronomi	17 pct.	(8)	24 pct.	(7)
Kunst og kultur	18 pct.	(7)	23 pct.	(8)
Cykling	14 pct.	(9)	21 pct.	(9)
Historiske oplevelser	12 pct.	(10)	19 pct.	(10)
Shopping	9 pct.	(11)	13 pct.	(11)
Festival, koncert, mm.	6 pct.	(12)	4 pct.	(12)

LYSTSEJLERE INSPIRATIONSKILDER

- Lystbådehavnenes hjemmesider benyttes flittigt

Onlineinspirationskilder før ferien

	Danmark		Udland	
	Andel	Rang	Andel	Rang
Hjemmeside for lystbådehavne	48 pct.	(1)	34 pct.	(1)
Hjemmesider for destinationer	26 pct.	(3)	31 pct.	(2)
Kort / rutekort	30 pct.	(2)	27 pct.	(3)
VisitDenmarks hjemmeside	12 pct.	(5)	22 pct.	(4)
Sociale medier	13 pct.	(4)	7 pct.	(5)
Reklame online	4 pct.	(8)	6 pct.	(6)
Online bookingportaler	5 pct.	(7)	5 pct.	(7)
Hjemmesider med brugeranmeldelser	4 pct.	(8)	5 pct.	(7)
Transportørers hjemmesider	4 pct.	(8)	4 pct.	(8)
Online videoer	6 pct.	(6)	2 pct.	(9)
Nyhedsbreve	4 pct.	(8)	2 pct.	(9)
Blogs	3 pct.	(9)	1 pct.	(10)

Kilde: VisitDenmark, Turistundersøgelsen 2017. Spm.: 'Har følgende inspirationskilder haft betydning på din beslutning om at holde ferie i Danmark?' N: danskere: 207, udlændinge: 388.. Note: I tabellen er sorteret efter prioriteringen blandt udenlandske lystsejlere.



HAVNENE ER EN
DEL AF NOGET STØRRE
EN HAVN ER IKKE EN Ø



HAVENE ER VIGTIGE FOR OPLEVELSESØKONOMIEN I DESTINATIONEN



VIGTIG FOR LYSTSEJLEREN
SOM TRYK
OVERNATNINGSHAVN,
OPLEVELSER, MAD, SHOPPING

”INDGANG” TIL RESTEN AF
DESTINATIONEN



VIGTIG FOR DEN
”ALMINDELIGE” TURIST:
AFSLAPNING, STEMNING,
SHOPPING, OPLEVELSER,
MAD, AKTIVITETER, MV.

BRANDING AF HELE
DESTINATIONEN



VIGTIG FOR DET LOKALE
ERHVERV OG DE FRIVILLIGE IFT.
INDTJENING, LIV PÅ HAVNEN,
ARANGEMENTER, M.V.

BRUG HINANDEN, STØT
HINANDEN – OGSÅ UDEN FOR
HØJSÆSON



Illustration: Mads Berg

Tak for opmærksomheden!

Destination SydkystDanmark

