

## **Samarbejde skaber vækst i dansk turisme**

*Regeringens vækstplan for udvikling af turismen i Danmark lægger op til en centralisering af et øget samarbejde inden for den offentlige turismefremmeindsats. Men det bør være selve indsatsen – ikke strukturen – der skaber samarbejdet. Danske Destinationer har rigtig gode erfaringer med samarbejde, der bygger på mere end geografi og forretningsområder.*

Udveksling af viden og erfaring på tværs af landet er nøglen i forhold til at klæde hver enkelt turistdestination bedre på til at kunne arbejde med både kvalitetsudvikling, strategisk innovation samt forretnings- og produktudvikling – elementer, der er vejen til vækst i turismen.

### **Kvalitetsløft gennem samarbejde**

Danske Destinationers projekt 'Feel like' er et eksempel på, hvordan syv destinationer i fællesskab løfter en både innovativ og kvalitetsforbedrende udviklingsopgave. Sammen har de løftet kvaliteten af selve oplevelsesformidlingen via et digitalt koncept, der præsenterer eksisterende oplevelsesudbud på en nytænkende facon. De syv destinationsorganisationer er samtidig hver især drivkraft og facilitator for den lokale produktmodning og -udvikling, konceptet igangsætter lokalt.

På Fyn udvikler man turismeprodukter, der fremmer brandet Eventyret Fyn. Ét af disse produkter er Eventyr på Åen – en tematiseret sejltur langs bredden af Odense Å. Via Destination Fyn og det netværk, der har været dannet omkring oplevelsesudvikling, har Morten Skytte, der er chef for Odense Åfart, fået hjælp til at færdigudvikle ideen og projektet: *"Vi er overvældet over interessen. Indtil nu har turene været stort set udsolgt. Betydningen af at udvikle oplevelser sammen med andre under Destination Fyn kan slet ikke undervurderes. Samarbejde betaler sig,"* siger Morten Skytte.

### **Forretningsdrevne partnerskaber**

Samarbejde er særlig stærkt, når omdrejningspunktet er at drive forretning. VisitAarhus ændrede for en del år siden sit samarbejde fra at være 'støtte til turismeudviklingen' til at være forretningsdrevne partnerskaber. I dag findes partnerskaber indenfor: Storbyturisme, Generel Leisure, Erhvervsturisme og Krydstogturisme. Partnerskaberne er alle bygget op om forretningsdrevne initiativer, hvor fokus er på at øge turismevirksomhedernes topline. Peer Kristensen, der direktør for VisitAarhus, udtaler: *"Investeringen i de aktiviteter, vi udbyder i regi af VisitAarhus, har aldrig været større, og det skyldes, at alle vores aktiviteter bygger på, at erhvervet skal have value for money".*

For at realisere turismens vækstpotentialer skal dansk turisme fremadrettet anerkende betydningen af samarbejder, der bygger på indhold – ikke blot geografi eller forretningsområder. Og det optimale samarbejde kan både foregå nationalt og på destinationsniveau.

**For yderligere information kontakt:**

Hans-Jørgen Olsen, Formand for Danske Destinationer, tlf. 58 58 80 36

Morten Skytte, Chef for Odense Åfart, tlf. 40 79 30 03

Peer H. Kristensen, Direktør for VisitAarhus, tlf. 87 31 50 01

**Om Danske Destinationer:**

- *Foreningen har siden 2009 arbejdet for at udvikle stærke og internationalt synlige kyst-, by- og naturdestinationer i Danmark.*
- *Et fælles udgangspunkt for samarbejdet er, at turismeudvikling foregår på destinationsniveau og kræver et forpligtende samarbejde mellem erhvervsaktører, turistorganisation og kommune.*
- *Medlemmerne har tilsammen 64 mio. årlige overnatninger inkl. endagsturister (svarende til 46% af det samlede overnatningstal) og en årlig turismeomsætning på knap 34 mia. kr. (svarende til 39% af den samlede turismeomsætning).*
- *Danske Destinationer tæller 12 af landets stærkeste destinationer: VisitJammerbugten, Toppen af Danmark, VisitAalborg, Destination Djursland, VisitAarhus, Destination Ringkøbing Fjord, Destination Sydvestjylland, Destination Fyn, Business Lolland-Falster, VisitOdsherred, VisitNordsjælland og Destination Bornholm.*
- *Se mere på [www.danskedestinationer.dk](http://www.danskedestinationer.dk)*