

STRATEGI 2022



# DANSKE DESTINATIONER

VIDEN  
VÆKST  
FÆLLES-  
SKAB

# VISION OG MISSION

**VISION:** Danske Destinationer er omdrejningspunktet og driver for udvikling og vækst i dansk turisme generelt og i destinationerne i særdeleshed.

**MISSION:** Igennem dialog, erfaringsudveksling og fælles retning sætter vi dagsordenen og synliggør de danske destinationers værdi og rolle, og skaber samarbejde mellem destinationerne.



# VORES DNA

## VI KAN!

- Vi er en brancheorganisation for danske destinationer.
- Vi er agile og kan rykke her & nu for at sætte den politiske dagsorden.
- Vi har fag-ekspertisen ift. destinationsudvikling.

## VI VIL!

- Vi har fælles visioner for dansk turisme.
- Vi har en kollektiv vidvinkel til trods for destinationernes forskellighed.
- Vi er løsnings- og resultatorienterede.
- Vi er en god og konstruktiv samarbejdspartner over for nationale organisationer.

## VI TØR!

- Vi udfordrer og sætter os selv i spil via benchmarking.
- Vi har tillid til og stiller krav til hinanden
- Vi samler og videndeler best practice for at spille hinanden gode.

# VORES LEDESTJERNER

## VI VIL VÆRE KENDT FOR AT VÆRE:

**DMO'ernes organisation:** Vi er "go-to"-organisationen, når destinationer skal i front.

**Politisk talerør:** Vi varetager destinationernes fælles interesser ved at tale med én stemme, så vi sikrer maksimal indflydelse til destinationerne.

**Agendasættende:** Vi sætter dagsordenen for dansk turisme – vi er produktansvarlige for produktet "Danmark" og sætter som sådan retningen for både den nationale som den internationale kommunikation/branding.

**Fælles vidensbank:** Vi er eksperter i destinationsudvikling ved at have destinationsnærvær og internationalt udsyn på én og samme tid.

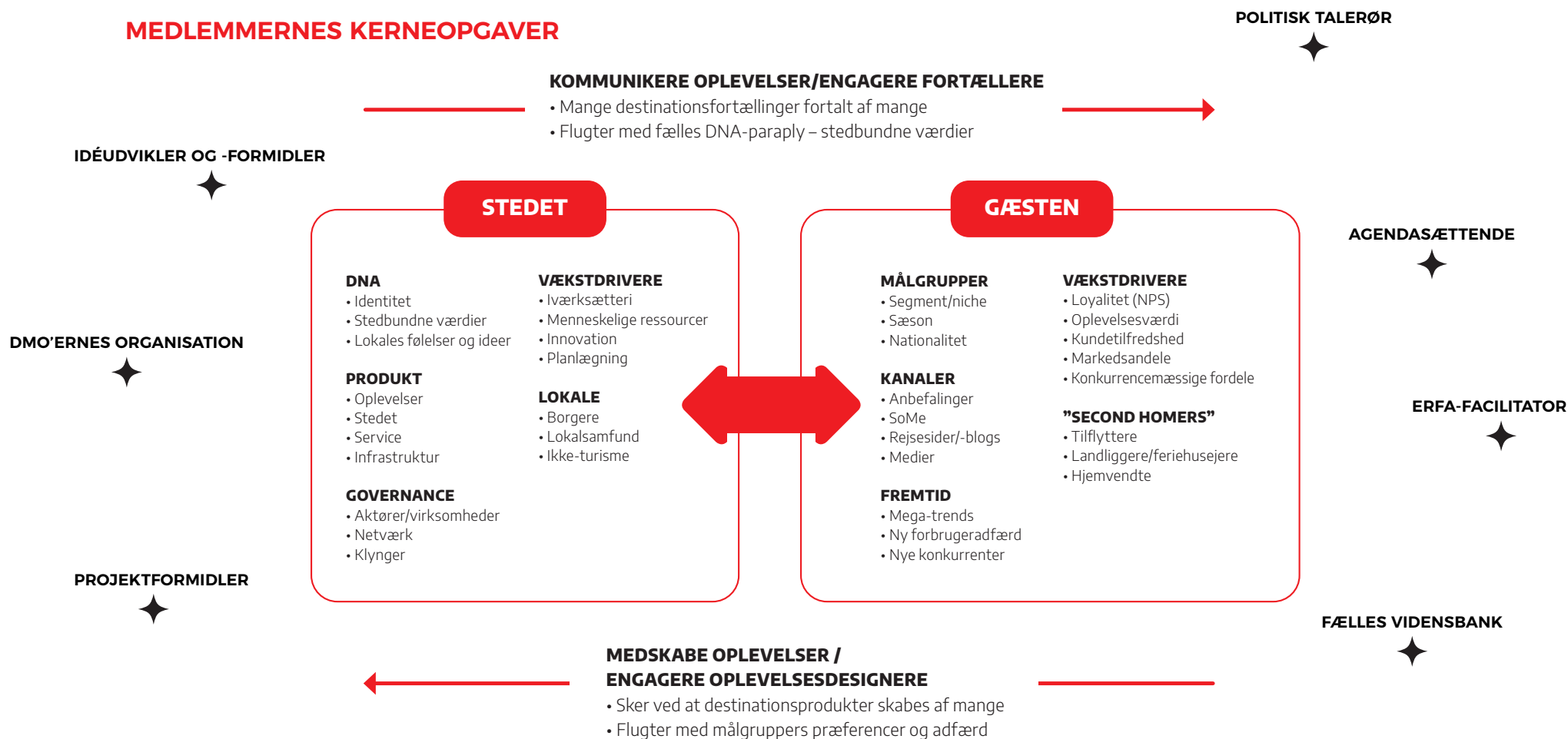
**Erfa-facilitator:** Vi faciliterer erfa-grupper for destinationer for at sikre videndeling og kompetenceudvikling på leder- og medarbejderniveau.

**Projektformidler:** Vi kommunikerer viden om igangværende projekter, "parrer" destinationer ift. fælles fremtidige projekter og har en strategisk tilgang til at identificere og søge de rette EU-midler.

**Idéudvikler og -formidler:** Vi afdækker behov for og ønsker til nye tværgående initiativer samt viderefremidler disse til de rette selskaber og organisationer, og er en aktiv medspiller til erhvervsfremmesystemet.

# DANSKE DESTINATIONERS LEDESTJERNER

## MEDLEMMERNES KERNEOPGAVER



KILDE: Jens Friis Jensen og Eskild Hansen inspireret af Danske Destinationer og Destination Think!

# INDSATSER



# INDSATSER

1

## OPDYRKNING AF ROLLEN SOM TALERØR FOR DESTINATIONERNE:

**MÅL:** Vi er en anerkendt og værdig national forhandlingspart, der besidder en essentiel turismefaglig viden og sikrer destinationerne maksimal indflydelse i de rette turismerelaterede fora. Målsætningen er en repræsentation i VisitDenmarks bestyrelse.

**MIDDEL:** Vi deltager i de rette rådgivende fora, er tæt på forskningsmiljøer og samarbejder tæt med nationale organisationer og brancheorganisationer.

2

## PROFESSIONEL DESTINATIONSLEDELSE:

**MÅL:** Vi sikrer et højt fagligt niveau blandt destinationscheferne og opkvalificerer destinationernes professionelle arbejde.

**MIDDEL:** Vi udfolder den professionelle destinationsledelse ved at bevæge os fra et "hvad" til "hvordan". Vi afvikler en årlig Ledelsescamp, hvor internationale speakere og/eller samarbejdspartnere inviteres ind lige såvel, som skiftende destinationer går nogle spadestik dybere ift. specifikt udvalgte kerneopgaver i det at lede og udvikle en destination.

3

## FACILITERING AF FAGLIGE NETVÆRK:

**MÅL:** Vi kompetenceudvikler destinationsmedarbejdere og opsamler viden med henblik på at kunne videreformidle destinationernes behov for evt. nye fælles initiativer/projekttiltag ved udviklingsselskaber, nationale organisationer o.lign.

**MIDDEL:** Vi faciliterer faglige netværk, der sikrer, at destinationerne kan gøre brug af hinandens viden, erfaringer og kompetencer, så de er til gensidig inspiration samt kan sparre med hinanden på tværs af Danmark.

# INDSATSER

4

## KOMMUNIKATION:

**MÅL:** Vi kommunikerer proaktivt og er synlige med de budskaber, der er væsentlige for at sikre destinationsudviklingen i Danmark – overfor politikere, nationale organisationer, medlemmer samt andre interessenter.

**MIDDEL:** Vi udarbejder løbende kommunikationsstrategier, der pointerer, hvordan sekretariat og medlemmer i fællesskab kan formidle Danske Destinationers hovedbudskaber via LinkedIn, pressemeddelelser, nyhedsbreve, egen hjemmeside, høringsvar etc. Ydermere indgår vi i strategiske samarbejder, hvor det tjener medlemmernes fælles interesse.

5

## OPDYRKNING AF EKSPERTISEFELT:

**MÅL:** Vi er dem, man ringer til, når destinationsudvikling er på dagsordenen, fordi vi er en fagligt kompetent sparringspartner for både medlemmer, nationale organisationer, udviklingsselskaber mv.

**MIDDEL:** Vi arrangerer faglige studieture til udlandet, deltager i nationale og internationale konferencer, bringer internationale oplægs holdere ind samt indgår i et tæt samarbejde med forsknings- og uddannelsesinstitutioner for at sikre kvalificeret arbejdskraft til turismen. Ydermere intensiverer vi deling af viden, som sekretariat eller medlemmer opnår internationalt, så den kommer alle til gavn.

6

## ETABLERING AF INTERNATIONALT NETVÆRK:

**MÅL:** Vi skal sikre fortsat destinationsudvikling ved at lære af og samarbejde med vore internationale kollegaer.

**MIDDEL:** Vi kortlægger og opsøger miljøer, der kan noget særligt ift. kystturismen og de kerneopgaver, som god destinationsledelse indebærer. Derudfra etablerer vi et netværk målrettet Norge, Sverige, Storbritannien, Holland, Nordtyskland og lign. Vi formidler de gode praksisser erfarede via netværket gennem en årlig event, TED-talks, en pod-cast el.lign. målrettet destinationsudviklere.