



Pressemeddelelse, den 1. marts 2022

Kalejdoskopisk kampagne skal få flere danskere til at holde ferie i Danmark

En ny landsdækkende kampagne skal varme danskernes følelser for ferie i hjemlandet op. Kampagnen spiller på kontrasterne i naturen og ved kysten Danmark rundt.

Talemåden, "vi skal bare være i Danmark", er nok blevet luftet en del gange de sidste par år. Danskerne har i høj grad holdt ferie i hjemlandet, men ferie i Danmark er ikke bare at blive hjemme. Det udfordrer kampagnen, der går under navnet "Meget mere end bare Danmark" for tredje år i træk. Kampagnen er sat i værk af brancheorganisationen Danske Destinationer, der tæller 19 destinationer. Det er første gang, at de danske turismeudviklingselskaber alene står bag en samlet kampagne, der er målrettet danskerne. Kampagnen lanceres på bagkant af pandemien, og det er ikke helt tilfældigt. Formand i Danske Destinationer, Pernille Kofod Lydolph, mener det er det helt rigtige tidspunkt at genopfriske danskernes fornemmelse for ferie i Danmark. Der bliver nemlig rift om de danske feriegæster.

"De sidste par år har danskerne i stor stil holdt ferie i Danmark og rigtig mange er blevet overraskede over, hvad Danmark egentlig byder på som ferieland. Den interesse og nysgerrighed skal vi fastholde og booste, så danskerne fortsat får lyst til at holde ferie på danske feriesteder. Verden er ved at åbne igen, og det betyder, at mange danskere vil rejse udenlands, så det gælder om at holde danskernes feriefølelser for Danmark varme netop nu. Med kampagnen vil vi inspirere særligt voksne par til en smuttur i forårets helligdagsferier og måske en sommerferie i deres eget land," siger Pernille Kofod Lydolph, som er formand i Danske Destinationer og direktør i Destination Bornholm.

Ifølge tallene fra Danmarks Statistik stod Destination Vesterhavet for den største fremgang på 94 procent i antallet af danske overnatninger fra 2019 til 2021. I samme periode noterede Destination Nordvestkysten en fremgang på 50 procent, mens Destination Bornholm registrerede en vækst på 42 procent i samme periode.

Kampagnen sætter fokus på en lang række andre ferieområder i den danske natur og ved de danske kyster, gennem en stribe små film, der er sprøjtes ud på sociale medier fra 1. marts og seks uger frem. Kampagnen favner på dualistisk og humoristisk vis det brede spektrum af danske oplevelser og skal minde danskerne om, at Danmark som feriemål byder på et hav af oplevelser fyldt med nuancer og kontraster. Fra hyggelige badestrande til dramatiske klippeformationer. Fra opladning til energiudladning. Fra oplevelser helt nede på jorden til helt op i skyerne.

"Der er uden tvivl nogle klassikere, når danskerne vælger feriested i Danmark. Danske Destinationer vil gerne udvide feltet og løfte sløret for de u-opdagede perler, som hver egn gemmer på. Kampagnen er derfor nærmest et kalejdoskop af danske kyst- og

naturoplevelser krydret med alverdens ultralokale delikatesser og unikke overnatningsmuligheder,” fortsætter Pernille Lydolph.

Kampagnen er skabt af produktionsselskabet Laban, Medvind Kommunikation og Danske Destinationer med støtte fra Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse.

Billedtekst: En ny landsdækkende kampagne, ”Meget mere end bare Danmark”, skal fastholde danskernes varme følelser for kyst- og naturferie i Danmark.

Download film her: <https://we.tl/t-VdkNLEnWpp>

Danske overnatninger 2019-2021 i alle danske destinationsselskaber					
	2019	2020	2021	Vækst i danske overnatninger 2019-2021	Vækst i %
Destination Vesterhavet	1.684.523	2.547.289	3.271.104	1.586.581	94%
Destination NordVestkysten	2.474.984	3.191.498	3.711.599	1.236.615	50%
Destination Bornholm	985.908	1.172.008	1.402.268	416.360	42%
VisitLollandFalster	1.048.655	1.267.300	1.483.796	435.141	41%
Destination Sønderjylland	1.774.215	2.093.916	2.446.083	671.868	38%
Destination Kystlandet	568.046	632.927	746.027	177.981	31%
VisitNordsjælland	648.851	764.304	842.138	193.287	30%
Aarhusregionen	2.979.690	3.137.050	3.779.854	800.164	27%
Destination Nord	1.539.892	1.721.643	1.940.922	401.030	26%
Destination Limfjorden	639.673	688.011	805.235	165.562	26%
Destination Fyn	2.572.635	2.759.628	3.231.945	659.310	26%
Destination SydkystDanmark	743.367	827.595	898.985	155.618	21%
Destination Himmerland	604.265	630.747	720.659	116.394	19%
Destination Sjælland	619.483	647.436	730.160	110.677	18%
Destination Vadehavskysten	591.307	620.117	693.414	102.107	17%
Destination Fjordlandet	287.769	262.322	322.330	34.561	12%
Destination Trekantområdet	1.590.002	1.412.442	1.691.816	101.814	6%
Wonderful Copenhagen	4.620.877	2.850.897	4.148.419	- 472.458	-10%
VisitHerning	220.698	157.021	178.017	- 42.681	-19%

For yderligere information kontakt venligst

Rie Søgaard Jensen, sekretariatsleder hos Danske Destinationers, på +45 26 81 61 88 eller rsj@danskedestinationer.dk eller Tina Baungaard-Jensen hos Danske Destinationer +45 41 28 10 01 eller tina@bybaungaard.com

Om Danske Destinationer

Danske Destinationer er brancheorganisation for Danmarks 19 destinationsselskaber. Destinationsselskaberne har ansvar for den lokale turismefremmeindsats og arbejder fokuseret med bl.a. strategisk destinationsudvikling, produkt- og forretningsudvikling samt markedsføring og gæsteservice. Tilsammen repræsenterer medlemmerne 97 procent af den samlede turismeskabte omsætning i Danmark.