



VisitVestsjælland A/S

Strategi



”Vi skaber muligheder”

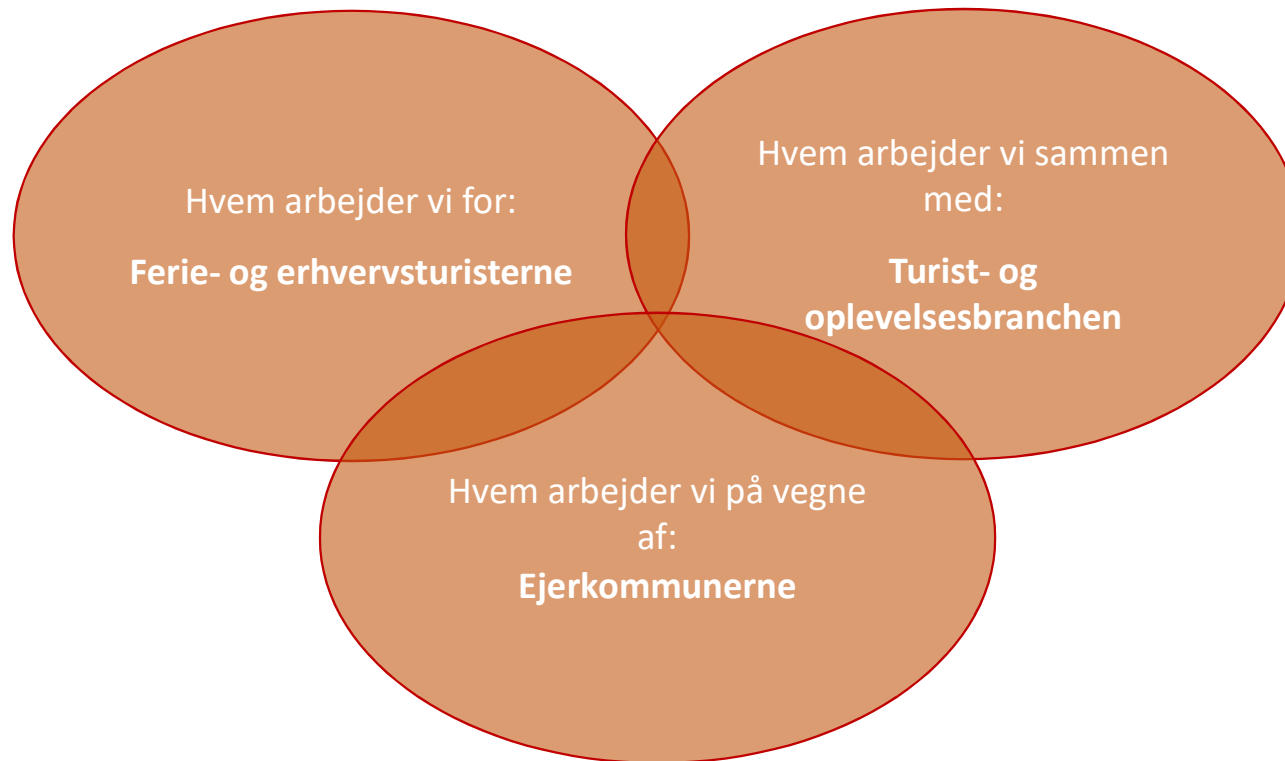
For uden VisitVestsjælland ville...

- Opmærksomheden være mindre...
- Efterspørgslen være mindre...
- Udviklingen være mindre
- Turismesamarbejdet på tværs af kommunerne være mindre
- SALGET ville være mindre...
- Indtægterne være mindre
- Arbejdsløsheden være **større**

At skabe muligheder henviser også til at VisitVestsjælland kun kan tiltrække turisterne, og forbedre turismevirksomhederne. Væksten (salgene) sker hos turisterhvervene.

MÅLGRUPPE

Prioriterede målgrupper og interessenter



VÆRDISKABELSEN

Vi skaber mulighederne for:

- At hjælpe med at finde afslapning
- At øge oplevelsernes synlighed
- At øge oplevelsernes bookbarhed
- At øge antallet af oplevelser
- At øge tilfredsheden under besøget

GÆSTERNE

Vi skaber mulighederne for:

- At skabe vækst i omsætningen
- At skabe synlighed og bookbarhed
- At øge kompetencer
- At styrke netværk og samarbejde på tværs

TURIST- OG
OPLEVELSESBRANCHEN

Vi skaber mulighederne for:

- Styrke deres omdømme
- Skabe vækst i beskæftigelsen
- Skabe vækst i skatteindtægter
- Skabe vækst i omsætningen i erhvervet
- Styrke samarbejde på tværs

KOMMUNERNE

ØKONOMISK**MÅLSÆTNING**

Segment	Turismeforbrug 2014	Vækst over 6 år (2014 - 2020)	Turismeforbrug 2020	Vækst
Erhvervsturisme	564 mio. kr.	4% årlig vækst	714 mio. kr.	150 mio. kr.
Danske turister	784 mio. kr.	3,5% årlig vækst	964 mio. kr.	180 mio. kr.
Udenlandske turister	377 mio. kr.	3% årlig vækst	450 mio. kr.	73 mio. kr.
I alt	1.725 mio. kr.		2.128 mio. kr.	403 mio. kr.

Såfremt ambitionerne indfris, vil resultere være et forøget turismeforbrug på 403 mio. kr. og en jobskabelse på 310 årsværk i destinationen. Det samlede forbrug vil stige til 2.128 mio. kr.

Fire indsatsområder

1. Større sammenhæng
i destinationen på
tværs af aktører og
kommuner.

2. Netværk,
forretnings- og
produktudvikling i
erhvervet i tråd med
brandet.

3. Bedre udnyttelse,
øget kapacitet og
kvalitet af
overnatningsstederne.

4. Branding og
markedsføring af den
samlede destination.

Fire indsatsområder

- Der skal skabes mere samarbejde mellem aktørerne inden for erhvervsturisme ift. at udnytte kapaciteten bedre.
- Sommerhusejerne skal inspireres til at leje deres huse ud
- Campingpladserne skal tilbydes vækstforløb eller formelt netværk, så de kan tiltrække flere turister fra både eksisterende og nye målgrupper.

1. Større sammenhæng i destinationen på tværs af aktører og kommuner.

2. Netværk, forretnings- og produktudvikling i erhvervet i tråd med brandet.

3. Bedre udnyttelse, øget kapacitet og kvalitet af overnatningsstederne.

- Der arrangeres to årlige workshops på tværs af kommunegrænser for alle
- De initiativer, der har potentiale kan inviteres til at deltage i et vækstforløb med turismeerhvervene.

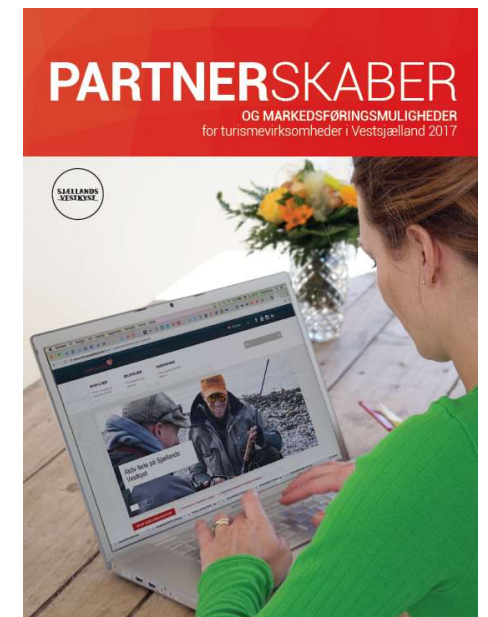
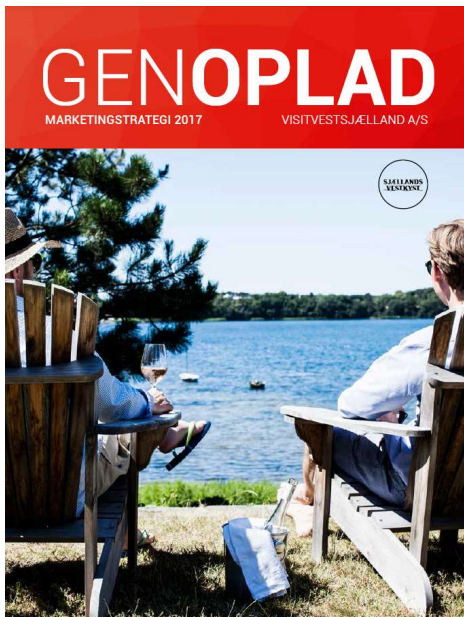
Fire indsatsområder

1. Større sammenhæng i destinationen på tværs af aktører og kommuner.

2. Netværk, forretnings- og produktudvikling i erhvervet i tråd med brandet.

3. Bedre udnyttelse, øget kapacitet og kvalitet af overnatningsstederne.

4. Branding og markedsføring af den samlede destination.



Ny hjemmeside primo 2017

