

EGNE NOTER

This image shows a single sheet of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are no margins, text, or other markings on the paper.

KONFERENCE, 29. MARTS 2017

FLERE VEJE TIL VÆKST

DESTINATIONSUDVIKLING AF ØSTERSØREGIONEN

Program

12.00 – 12.45

FROKOST

12.45 – 13.05

FLERE VEJE TIL VÆKST – DESTINATIONUDVIKLING AF ØSTERSØREGIONEN

Velkomst og introduktion til en eftermiddag, hvor Dansk Kyst- og Naturturisme vil præsentere centrale udviklingsgreb i målet om at udvikle turismen i Østersøregionen.

Mogens Haugaard Nielsen, Bestyrelsesformand, Partnerskab for Østersøturisme og Borgmester, Stevns Kommune

Jens Hausted, Direktør, Dansk Kyst- og Naturturisme

13.05 – 13.35

IRELAND’S ANCIENT EAST – EN PARAPLYDESTINATION

Irlands nationale turismeudviklingsselskab, Fáilte Ireland, har igangsat en målrettet, strategisk indsats for at styrke turismen i den østlige del af landet. Traditionelt set har den irske Vestkyst været vækstlokomotivet for turismen i Irland, mens den østlige del uden for Dublin ikke har haft den samme tiltrækningskraft. Med indsatsen ”Ireland’s Ancient East” arbejdes der med produktudvikling, udvikling af ”spots” og ikke mindst brandopbygning. Derigennem opbygges Ireland’s Ancient East som en stærk ”paraplydestination”, der kan både tiltrække og fastholde gæster. Fokus er på verdensklasse storytelling af den stærke kulturhistorie, der præger denne del af landet.

Oplægget præsenterer baggrund, vision og de foreløbige resultater.

Fiona Buckley, Head of Futures & Strategic Partnerships, Fáilte Ireland (oplægget er på engelsk)

13.35 – 14.25

DESTINATIONSUDVIKLING AF ØSTERSØREGIONEN

Destinationsudvikling af Østersøregionen tager udgangspunkt i at udvikle signaturoplevelser for at skabe stærke destinationer. Der skal udvikles oplevelser, der er reason-to-go for vores gæster, og som tager afsæt i destinationens styrkepositioner. Dette kræver, at der arbejdes med stærke værdikædesamarbejder med kommercielt fokus og høj kvalitet.

På konferencen præsenteres tre af de projekter, der er blevet igangsat med henblik på at skabe stærke signaturoplevelser og en vækstrettet destinationsudvikling.

Signaturoplevelse Geopark Odsherred

Geopark Odsherred er omdrejningspunktet for udvikling af signaturoplevelser i Odsherred. Der arbejdes med at skabe nye kommercielle oplevelser og produkter gennem øget synlighed af fødevarerne i Odsherred.

Oplægget præsenterer, hvordan udvikling af mærkningsordning, fødevareevents samt fødevarerute indgår som centrale elementer i signaturoplevelsen.

Hans-Jørgen Olsen, Turistchef, VisitOdsherred

Outdoor Bornholm

Outdoor-turisme er en styrkeposition for Bornholm, hvor den unikke natur er et perfekt match med en stigende efterspørgsel på adrenalin- og svedperlefremskaffende ferieoplevelser. Der arbejdes strategisk med at gøre Bornholm til en decideret outdoor-park, der kan tiltrække aktive turister i alle aldre samt outdoor-nørder fra både ind- og udland.

Oplægget fortæller om, hvordan der arbejdes med destinationsudvikling med outdoor som en stærk signatur.

Pernille Kofod Lydolph, Direktør, Destination Bornholm

Destinationsudvikling på Møn

Møn er velsignet med en række storslåede, stedbundne naturkvaliteter, der danner udgangspunkt for den fremtidige destinationsudvikling. Fokus er på, hvordan der kan arbejdes strategisk med at udvikle kommercielle produkter med afsæt i de stedbundne kvaliteter.

Oplægget præsenterer visionen og det strategiske afsæt for destinationsprojektet.

Martin Nilsson, Chefkonsulent, Vordingborg Kommune

14.25 – 14.40

PAUSE

14.40 – 15.25

METROPOLREGIONER

Kombinationen af storby og kyst giver en række udviklingspotentialer ift. at tilbyde gæsterne et mere alsidigt udbud af produkter og oplevelser. Men hvordan udvikles en metropolregion, således det er meningsfuldt og attraktivt for både kystområder, storby og ikke mindst for gæsterne?

På konferencen gives inspiration fra udviklingen af Amsterdam som citydestination samt indblik i, hvordan der arbejdes med udvikling af Sjælland som metropolregion i dansk regi.

Citydestination Amsterdam – udvikling af en ny destination

VisitAmsterdam har i en årrække arbejdet med at udvikle byen til en ny og større destination – Citydestination Amsterdam. Projektet hedder See Holland og har vundet en UNWTO Award for sin måde at arbejde strategisk med både produktudvikling og markedsføring via citymarketingorganisationen Amsterdam Marketing, der servicerer både erhverv, lokale, kommuner og besøgende.

Oplægget præsenterer strategien, udviklingsgrebene og resultaterne fra processen.

Eduard Pieter Oud, COO, Amsterdam Marketing (oplægget er på engelsk)

Greater Copenhagen

Turismesamarbejdet i Greater Copenhagen er baseret på et vækstskabende samarbejde, der understøtter udviklingen af en attraktiv, international vækstmotor, der kan konkurrere med de bedste. Kombinationen af land og by er selve kernen i Greater Copenhagen’s turismeambition, men hvordan sikres gensidig værdiskabelse, således det bliver mere end summen af dets dele?

Mikkel Aarø-Hansen, CEO, Wonderful Copenhagen

15.25 – 15.50

PANELDEBAT - VÆKSTPERSPEKTIVER OG VÆKSTPROJEKTER

Konferencen afsluttes med en paneldebat, hvor vækstmuligheder for Østersøturisme debatteres.

Deltagere:

Mogens Haugaard Nielsen, Bestyrelsesformand, Partnerskab for Østersøturisme og Borgmester, Stevns Kommune

Hans-Jørgen Olsen, Turistchef, VisitOdsherred

Pernille Kofod Lydolph, Direktør, Destination Bornholm

Martin Nilsson, Chefkonsulent, Vordingborg Kommune

Anette Sørensen, Direktør, VisitNordsjælland

Ordstyrer:

Jens Hausted, Direktør, Dansk Kyst- og Naturturisme

15.50 – 16.00

TAK FOR I DAG

Opsamling og afrunding.

Henrik Höhrmann, Bestyrelsesformand, Dansk Kyst- og Naturturisme