

Velkommen
til webinar

Turisternes nye rejsemønstre

Torsdag den 12. November 2020

Destination Limfjorden

“Back to Business – Back on Track”



Velkommen – lidt praktisk info

- Mødet bliver optaget
- Husk at slukke din mikrofon
- Ved problemer ring til

Maja: 91 16 60 43

Marie: 91 16 90 57

- Vi sender materialet ud bagefter



Dagsorden

- Velkommen (Kristina Lehmann Schjøtt, Destination Limfjorden)
- Danskernes rejseadfærd 2020 og 2021 (Martin Østervig Larsen, direktør, Epinion)
- Hvordan Covid-19 påvirker de udenlandske turisters rejsemønstre
 - Tyskland (Mads Schreiner, markedschef, VisitDenmark)
 - Norge (Hege Fredlund Hoff, Marketing Manager, VisitDenmark)
 - Holland (Mette Rodenhuis-Carlsen, Markedschef, VisitDenmark)
 - Sverige (Åsa Lindberg, Marketing Manager, VisitDenmark)
- Sidste nyt fra Destination Limfjorden (Kristina Lehmann Schjøtt, Destination Limfjorden)
- Tak for i dag (Kristina Lehmann Schjøtt, Destination Limfjorden)



Destinationsmonitor nov. 2020

Destination Limfjorden

Destination Limfjorden: Morsø, Struer og Skive.

Aktuel udvikling

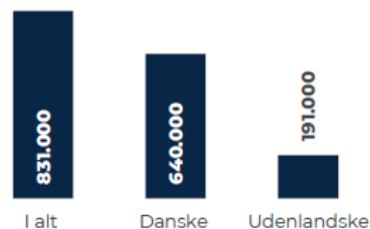
Antal overnatninger januar-september

Overnatninger fordelt på nationalitet	2020	Nom. udv.	Pct. udv.	Andel af alle overnatninger
I alt	731.100	-1.900	-0,3%	100,0%
Danmark	614.700	41.000	7,1%	84,1%
Udlandet	116.400	-43.000	-27,0%	15,9%
Tyskland	93.000	-3.700	-3,9%	12,7%
Norge	6.800	-17.200	-71,6%	0,9%
Holland	6.300	-8.800	-58,1%	0,9%
Sverige	1.100	-4.900	-81,9%	0,2%
Storbritannien	400	-700	-66,1%	0,1%
USA	300	0	13,9%	0,0%
Frankrig	200	-500	-72,0%	0,0%
Italien	100	-200	-61,5%	0,0%
Kina	20	-200	-92,1%	0,0%
Indien	10	-40	-88,0%	0,0%
Andre lande	8.100	-6.700	-45,4%	1,1%

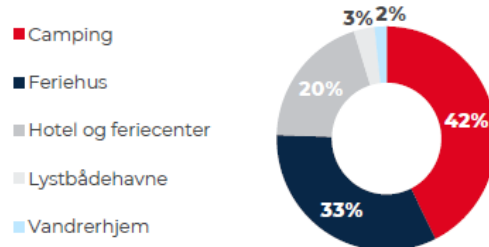
Overnatninger fordelt på overnatningsform	2020	Nom. udv.	Pct. udv.	Andel af alle overnatninger
I alt	731.100	-1.900	-0,3%	100,0%
Camping	328.000	-6.200	-1,9%	44,9%
Feriehus	249.800	27.700	12,5%	34,2%
Hotel og feriecenter	113.200	-26.200	-18,8%	15,5%
Lystbådehavne	29.900	4.400	17,1%	4,1%
Vandrerhjem	10.200	-1.600	-13,2%	1,4%

Status 2019

Overnatninger i 2019



Overnatninger i 2019 fordelt på overnatningsform



Årlige overnatninger 2008 - 2019

Gns. årlig vækst 2008-2019: -0,6 pct.



Turismeomsætning 2018

Turismeomsætning** 1,4 mia. kr.

Andel af turismeomsætningen skabt af udenlandske turister** 19 pct.

Tid til andre produkter og andre forretningsmodeller

- 2020 er enden på det kendte
- Bæredygtige produkter
- Outdoor
- Vigtige datoer fremadrettet



A photograph of a sunset over a body of water. The sun is low on the horizon, creating a bright orange glow and reflecting on the water. In the foreground, a small white boat with an outboard motor is visible. The background shows a line of trees and a cloudy sky. The overall mood is serene and peaceful.

Back to Business: Outdoor turisme 3. December 2020

- Fremtidens outdoor turister – hvad ønsker de? Hvad er barriererne? Best practice eksempler på nogle der har tilpasset deres tilbud. Hvor ligger potentialerne og hvad er konkurrenceparametrene.
- Online workshop hvor der arbejdes med barriererne omkring at få nye målgrupper til at benytte sig af jeres tilbud + løsningsforslag i form af samarbejde på tværs. Her kan der udvikles koncepter der overkommer barriererne og tilter målgruppernes behov.

SOS Limfjorden

Destination Limfjorden og Primus Motor har sammensat et forløb, som giver din virksomhed mulighed for at:

- udarbejde en forretningsmodel, eller få justeret den eksisterende forretningsmodel
- udvikle nye produkter alene eller sammen med andre aktører i destinationen.

Den første aktivitet foregår online (15. december) og handler om at styrke jeres forretning med udgangspunkt i Business Model Canvas-modellen.

Herefter tre sammenhængende workshops på tre tirsdage (fra 19. januar - 9. februar).

Forløbet kulminerer den 8. marts, hvor de udviklede produkter præsenteres og fejres i forbindelse med Destination Limfjordens generalforsamling.



Green Limfjorden

Målet med indsatsen er at øge din virksomheds konkurrenceevne samt reducere negative effekter og forøge positive effekter på virksomhedens tredobbelte bundlinje.

Det er et sekundært mål, at virksomhederne bliver miljømærket med turistbranchens miljømærke Green Key.



Sammenhængende gæsteservice

Destination Limfjorden vil arbejde for at skabe:

- Uddannelser og workshops for aktører
- Identificering af interessentgrupper og styrkepositioner
- Digital gæsteservice før, under og efter besøget, og tilpasset den enkeltes behov
- Udvikling af moderne gæsteservice-koncept, der gør det let for gæsten at finde inspiration til oplevelser i hele destinationen
- Lokale guider og turismeambassadører
- Udvikling af gæsteservicekoncept der kan anvendes aktørerne i mellem



Unikke styrkepositioner

- **LIMFJORDENS OPLEVELSER PÅ, I OG VED FJORDEN**

Outdoor turisme i form af vandring, cykling, kajak, surf, havne, sejlskibe og Limfjords øerne.

- **LIMFJORDENS MAD OG GASTRONOMI**

Fokus på udvikling af stedbundne unikke oplevelser som skaldyr og østers fortælling. Limfjordens som spisekammer.

- **LIMFJORDENS KULTUR OG NATUR**

Molerklinterne, Geopark, den særlige Limfjords kultur omkring kunst og litteratur, egne specifikke oplevelser.

Sammen er vi stærkest

