

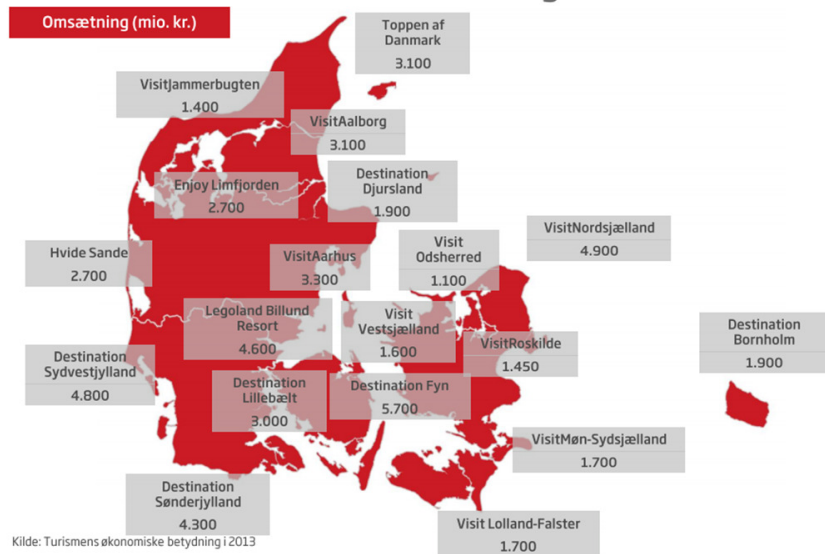
Miljøråd
Vordingborg Kommune

27 februar 2017



Turismens omsætning 2015

Destinationernes turismeomsætning



Overnatningsstatistik 2008 – 2015 Vordingborg kommune

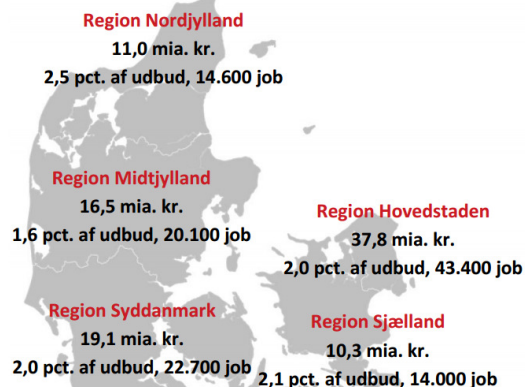


Sum of Overnatning	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Udvikling
Vordingborg	379.949	354.853	352.125	317.571	334.501	356.750	358.573	355.496	6%
Feriehus	151.124	142.284	144.977	146.820	155.845	169.513	175.925	177.122	17%
Danmark	46.673	43.105	43.146	38.575	47.711	52.599	53.359	55.748	19%
Udlandet	104.451	99.179	101.831	108.245	108.134	116.914	122.566	121.374	16%
Camping	111.948	110.291	107.736	96.574	87.426	89.542	91.737	92.727	17%
Danmark	80.077	79.494	77.214	74.851	65.230	64.250	63.577	62.448	22%
Udlandet	31.871	30.797	30.522	21.723	22.196	25.292	28.160	30.279	22%
Lystbådehavne	47.691	44.552	45.206	27.135	42.569	49.364	46.509	44.217	7%
Danmark	20.346	26.537	26.980	16.712	24.118	22.535	20.238	18.229	10%
Udlandet	27.345	18.015	18.226	10.423	18.451	26.829	26.271	25.988	5%
Feriecenter og vand	38.188	31.389	30.155	29.719	30.197	29.885	28.031	28.192	26%
Danmark	24.167	21.110	19.774	18.498	20.265	21.652	19.473	18.082	25%
Udlandet	14.021	10.279	10.381	11.221	9.932	8.233	8.558	10.110	28%
Hotel	30.998	26.337	24.051	17.323	18.464	18.446	16.371	13.238	57%
Danmark	25.839	23.516	20.330	13.216	15.190	14.465	10.995	8.768	66%
Udlandet	5.159	2.821	3.721	4.107	3.274	3.981	5.376	4.470	13%

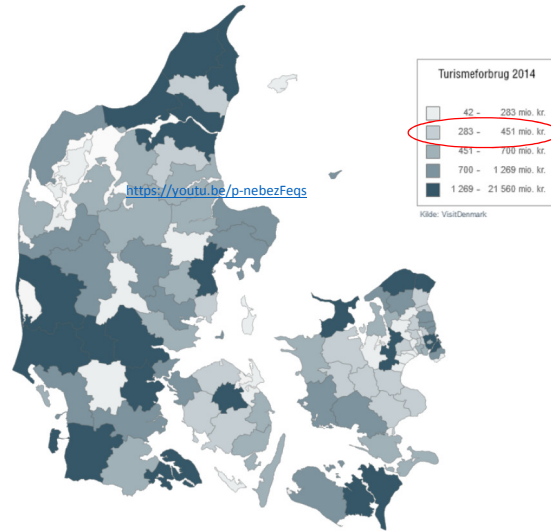
SYDKYSTDANMARK
HER BEGYNDER HISTORIERNE

Turismens økonomiske betydning 2014 – Region Sjælland

Turismeforbrug i regioner, andel af udbud og turismeskabte årsværk, 2014



Turismeforbrug fordelt på kommuner 2014



Turistinformation

Den grønne turistbil

Deltagelse ved 17 events i destinationen

- Bilen og den grønne farve er stort trækplaster og folk er meget interesserede
- Destinationskort og diverse bykort er meget attraktive
- Stor forskel på hvad der bliver taget af information i de forskellige destinationer
- Blanding mellem danske og udenlandske turister samt lokale borgere
- Interesse for diverse brochurer – enten til eget brug eller til at give videre til gæster og venner



Open Air med Kim Larsen, Veteranbilshow på Gavnø, By Night i Store Heddinge, Vordingborg Festuge, Tirsdagsmarked i Stege, PostNord Danmark Rundt, Smag på Stevns, Kongernes Togt, Karrebæksminde Triatlon, Markedsdag Rødvig

40 turistinformationer i SydkystDanmark

- Tilbagemelding fra turistinformationerne:
 - Flere udefrakommende gæster grundet skiltning med turistinformations skilte
 - Sjove oplevelser samt historier fra de mange turister
 - Dejligt at have steder at kunne henvise folk – attraktioner, brochurer og lign.
 - Mange glade turister – fra forskellige nationaliteter
- Ugentlige nyhedsbrev er sendt ud med informationer omkring hvad der sker og give dem redskaber til at hjælpe gæster og turister
- Tydelig sammenhæng mellem god skiltning af det grønne i og antal af udefrakommende turister

Udviklingsaktiviteter

- **Cykelturisme –**
 - N8 Østersøruten
 - Bed and Bike certificering
- **Vandreturisme – Camønoen**
- **Lystfiskeri**
- **Lystbådehavne**

EU projekt: REACT – Nordens bedste resort for moderne aktiv kystferie

- Tre-årig projektperiode fra 2015 til 2018.
- 12 andre danske og tyske partnere
- Projektet er et såkaldt Østersø-projekt under EU-programmet Interreg 5A.
- Udvikle Special Interest Tourism – den interessebårne aktive ferie.
- Potentiale i forhold til at få trukket flere og andre typer gæster til området og få udvidet sæsonen.
- Målet, at SydkystDanmark for alvor kan blive "Outdoor Area no. 1" og "legeplads" for bæredygtige aktive turismeformer, som fx vandring, cykling og lystfiskeri
- VisitSydsjælland-Møn A/S vil i REACT-projektet fokusere på tre ud af de i alt fem fælles temaspor, som de danske og tyske partnere er blevet enige om at fokusere på.
- I SydkystDanmark vil der således blive arbejdet konkret med udvikling af faciliteter, events og certificeringer m.v. indenfor vandring, cykel, lystfiskeri.
- Med projektet håber vi på at kunne bidrage til øget vækst i kyst – og naturturismen og til for alvor at sætte SydkystDanmark og hele østersøområdet på verdenskortet for aktiv turisme – outdoor turisme"
- Næste skridt: samle aktørerne som kan og vil!

Signaturoplevelser

- 2 årigt projektperiode fra 1. sept. til 31. dec 2017.
- 12 danske partnere; VisitVestsjælland, VisitODsherred og VisitSydsjælland-Møn
- Udviklingsprojekt sammen med Region Sjælland og Østersøpartnerskabet
- Projektets formål:
 - Styrke kommercielle oplevelser i kystturismen
 - Kvalitet og derigennem en større tilfredshed hos vores gæster
 - Konkrete kommercielle oplevelser og produkter, der tager udgangspunkt i selve signaturoplevelsen
 - En styrket forretning for det involverede erhverv og interessenter

Gennem markedsorienteret og innovativ udvikling af Sjællands signaturoplevelser. Signaturoplevelser skal fungere som et udviklingsgreb, der styrker produkt- og oplevelsesudvikling i kystområder

Signaturoplevelser - SydkystDanmark

- Stevns Klint som er på den mest prestigefyldte internationale liste over natur- og kulturarv
- Formidle geologi, koldkrigsfortællinger, aktiv outdoor aktiviteter, lystfiskeri mm.
- Udvikle tværkommunale samarbejder i SydkystDanmark og Regions Sjælland
- Vækstvirksomheder
- Samarbejdspartnere
 - Lokale virksomheder og vækstvirksomheder
 - Finansiering i form af timer
 - Operatører (destinationer, kommuner eller store erhvervsaktører
 - Finansiering 100.000,- kontakt og timer

Branche netværker

- Overnatningssteder
- Campingpladser
- Havne
- Næste
 - B&B
 - Sommerhus
 - Vandrehjem

Events

- X-terra (sept. 2017)
- Postnord Danmark rundt - cykelklubber m.fl.
 - SydkystDanmark byder på endnu en etape

Markedsføringsaktiviteter for SydkystDanmark

Kampagner

- **Voksne der rejser uden børn**

Målgruppefakta: +45 år, typisk kvinder, middelklasse ++, Hovedstadsområdet og øvrige Sjælland

Kampagnetrykket er udbredt i 2 faser, hvor dette segment typisk planlægger ferie og/eller rejser:

- **Familieferie**

Målgruppefakta: +35 år, typisk kvinder, middelklasse +, børn under 16 år, hovedstadsområdet og øvrige Sjælland

Kampagnetrykket ligger op til, og i skoleferien hvor dette segment typisk planlægger ferie og/eller rejser.

Markedsføringsaktiviteter Tyskland og Holland

Holland:

- Nyt marked
- Markedsundersøgelse
- Efterspørger vores kyst og natur produkter

Tyskland

- Markedsundersøgelse
- Efterspørger vores kyst og natur produkter

Chat-funktion

- Online chat med vores potentielle turister
- Stor interesse for vores oplevelser i naturen
- En del spørgsmål relateret til mulige gratis oplevelser af unikke naturoplevelser

SydvestDanmarks nyhedsbreve

Turistinformation

Antal sendte: 9, ugentligt
 Modtagere: 57, i seneste - start på 48
 Gns. åbningsrate: 66,83 %

B2C

Antal sendte: 1, frekvens øges til ca. hver 2.-3. uge
 Modtagere: 661
 Gns. åbningsrate: 64,6 %

B2B

Antal sendte: 3, månedligt (kun statistik fra 2)
 Modtagere: 396, i seneste - start på 395
 Gns. åbningsrate: 53,35 %

Tak for jeres opmærksomhed – spørgsmål?