



DANSK STORBYTURISME
STRATEGI 2023

BAGGRUND OG UDFORDRINGER

INDLEDNING

Strategien for Dansk Storbyturisme i 2020-2023 samler de fire storbydestinationer om udvikling og finansiering af konkrete tværgående indsatser, der understøtter byernes særlige rolle i dansk turisme. Strategien har til formål at skabe synergier mellem destinationerne og har en særlig opmærksomhed på følgerne af COVID-19, som har ramt storbyerne særlig hårdt, pga. den store nedgang i internationale turister og en udfordret møde- og erhvervsturisme.

Strategien vil blive udmøntet gennem indsatser, som dækker alle partnere, og indsatser, hvor kun de interesserede er med. Alle indsatser og den viden, de giver, vil blive delt i den samlede partnerkreds.

Denne fleksible tilgang betyder også, at fælles ekstraordinære indsatser løbende kan igangsættes. F.eks. har parterne i foråret 2020 – som led i en større satsning på det danske marked – igangsat en fælles storbykampagne med fokus på at få danskerne til at holde ferie i de danske storbyer i 2020, som konsekvens af den markante nedgang i internationale turister.

Strategien for Dansk Storbyturisme fungerer også som indspil til den nationale strategi for dansk turisme, og den vil løbende kunne tilrettes og fokuseres herefter i tråd med den nationale strategi og med eventuelle tiltag i forhold til genopretning i en COVID-19 kontekst.

Dette vil ske i dialog med og efter eventuel anmodning fra Erhvervsministeriet.

Strategien er udarbejdet 2020-21 og har en tidshorisont frem til og med 2023. Så længe COVID-19 ryster fundamentet for storbyturismen, så vil Dansk Storbyturisme-samarbejdet revurdere situationen og justere strategien hvert halve år, så der hele tiden er et aktuelt fokus dér, hvor behovet er størst.

Læs mere om Dansk Storbyturisme på side 19.



STORBYTURISME – EN VIGTIG DRIVER FOR DANSK TURISME

Storbyerne har oplevet signifikant større vækst i antallet af overnatninger end resten af Danmark de seneste fem år (42% i storbyerne mod 17% i resten af landet). Og ser vi over en 10 års periode fra 2008 til 2018 er storbyturismen i Danmark målt i antal overnatninger steget med hele 105% (4,2 mio.).

Samlet set blev der i 2017 forbrugt 32,9 mia. kr. inden for storbyturismen, svarende til 26 pct. af det samlede turismeforbrug i Danmark. I alt 80 pct. blev brugt i København, mens de sidste 20 pct. fordelte sig mellem de tre øvrige storbyer. (Aalborg 8 pct., Aarhus 8 pct., Odense 4 pct.). 19,6 mia. kr. blev brugt af internationale storbyturister, mens danske storbyturister stod for 13,3 mia. kr.

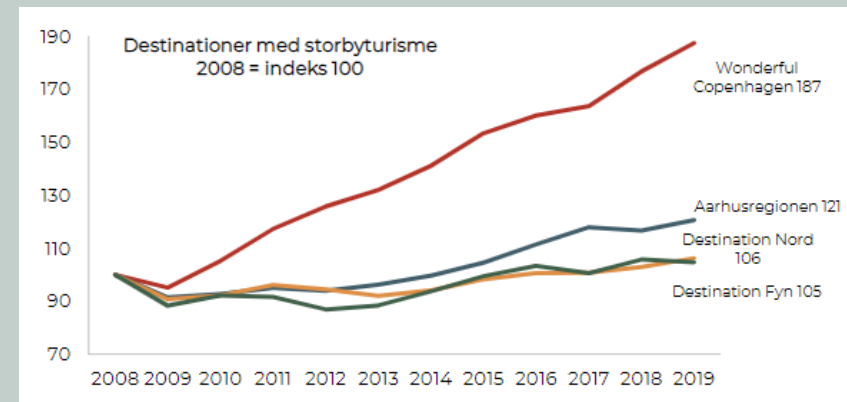
Storbyerne er generelt kendetegnet ved større døgnforbrug og omsætning end kyst- og naturturismen. Således bruger storbygæsten 2150 kr. i døgnnet, mod kyst- og naturgæstens 750 kr. Det skyldes dels et dyrere produkt, dels et bredere udbud af kulturelle og kommercielle oplevelser.

Storbyerne er kendetegnet ved, at der er god adgang til et globalt marked via især lufthavnene, og når man ser på potentielle udenlandske gæster er der generelt et langt større kendskab til byerne – noget, der også afspejler sig i den store omtale, som storbyerne i de senere år har fået i internationale medier og på diverse andre platforme. Storbyturismen er samtidig med til at sikre tilgængeligheden til og fra Danmark.

Storbyturismen har et stort potentiale, ikke kun for byerne, men også for oplandet og turismen i hele Danmark, og der er behov for fortsat at sikre en høj grad af mobilitet og sammenhængskraft mellem turismeudvikling i byerne og på landet.

Ligeledes spiller en positiv og bæredygtig udvikling af turismen i de danske storbyer en afgørende rolle for at byerne er attraktive og velfungerende som byer for både borgere og turister.

Udvikling i overnatningerne siden 2008



Med udbruddet af COVID-19 er turismesektoren påvirket markant. Som konsekvens af de fortsatte rejserestriktioner blandt mange af verdens lande, så er den danske flytrafik faldet med 71% i perioden januar-september 2020.

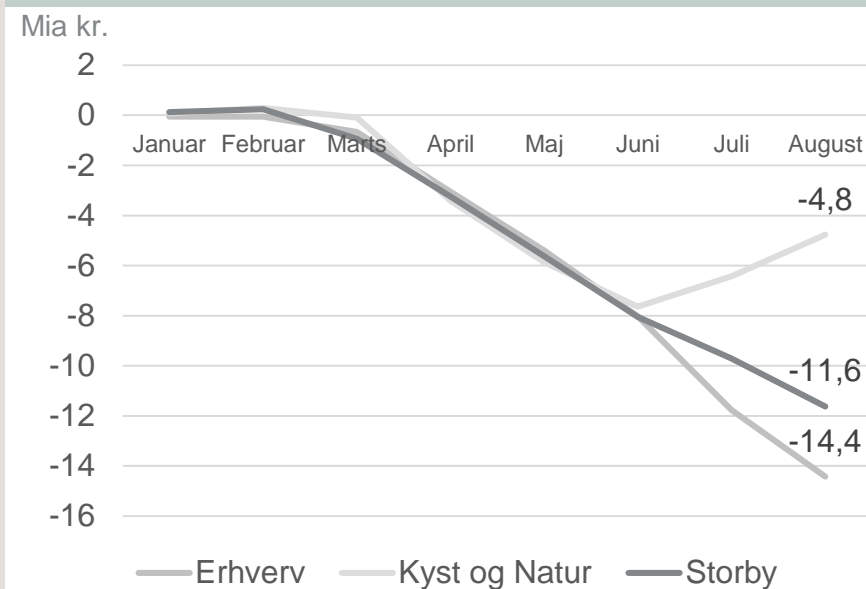
Genopretningen af storbyernes turisme er mere kompleks end andre steder i Danmark. Fordi de danske storbyer er dybt afhængige af, at den internationale flytrafik igen kommer i gang, da cirka 2 ud af 3 internationale storbyturister ankommer med fly. Fordi der er flere internationale turister fra flere forskellige lande – med forskelligt smittetryk og varierende rejserestriktioner. Og fordi storbyturismen jo netop er kendetegnet ved mange mennesker på lidt plads, hvilket i en tid generelt vil udfordre storbyturismen.

Mellem januar og august 2020 har der været en nedgang i storbyovernatninger i de fire storbyer på samlet set 50%, mens nedgangen i overnatninger i erhvervsturismen samlet set har været på 52%. Til sammenligning har nedgangen i overnatninger i kyst- og naturturismen været på 10%.

Konsekvenserne af coronakrisen er store lige nu, men det er sværere at spå om de langsigtede konsekvenser, for det er svært at vide, hvordan COVID-19, klimakrisen, mm. vil påvirke vores rejseadfærd fremadrettet. Kulturtilbud, restauranter, oplevelser og aktiviteter i byerne har måtte omstille sig til den nye virkelighed vi står i i dag – og i takt med at restriktionerne forlænges kæmper flere for deres overlevelse.

Et forsigtigt skøn fra både Tourism Economics og VisitDenmark er, at de udenlandske overnatninger først er tilbage på niveauet før COVID-19 i 2023.

TAB I OMSÆTNING (Akkumuleret)



HVAD ER DE CENTRALE UDFORDRINGER FOR STORBYTURISMEN?

01

Storbyerne er med til at styrke dansk turisme og fungerer som vækst- og udviklingscentre for turismen i hele landet. Det er vigtigt at storbyturismens **position og indsats** genoprettes og fortsat styrkes og udvikles, særligt i lyset af COVID-19. Til gavn for storbyerne og til gavn for Danmark.

02

Dansk Storbyturisme skal **styrke samarbejdet** mellem Danmarks storbydestinationer og tiltrække øget finansiering og opmærksomhed, der kan være med til at sikre udvikling af turismen i byerne til gavn for hele dansk turisme og for byernes bykvalitet.

03

Storbyerne bør have et større fokus på, hvordan der bygges **stærkere partnerskaber** mellem turisme og kulturliv, og hvordan turismeforbruget øges i kulturinstitutionerne.

04

Storbyerne bør sikre en mere koordineret indsats for at skabe **bæredygtig turismeudvikling**. Byerne skal lære af hinanden, udvikle helt nye løsninger og strategier, og være med til at sætte en ny dagsorden på bæredygtighedsområdet.

05

Storbyerne mangler en **samlet tilgang til at dele viden** om turismeudvikling på tværs af byerne. En mere datadrevet tilgang vil kunne gavne turismeudvikling positivt, især under den nuværende COVID-19 krise.

06

Der er brug for øget fokus på relationen mellem **turisme i storbyerne og på landet**. Der kan med fordel sættes større fokus på mobiliteten mellem by og land, og hvordan samspillet styrkes, når det gælder turismeudvikling.

HVAD ER STRATEGIENS NØGLESPØRGSMÅL?

HVORDAN GENOPRETTER VI STORBYTURISMEN, SÅ STORBYERNE FORTSAT KAN VÆRE UDVIKLINGSMOTOR FOR DANSK TURISME?

1

Hvordan skal vi **genrejse og udvikle storbyturismen i Danmark** til den nye virkelighed med COVID-19?

2

Hvordan sikrer vi en **bæredygtig udvikling** af storbyturismen?

3

Hvordan **samler og deler vi viden** på tværs af byer til gavn for turismeudviklingen?

4

Hvordan sikrer vi **tilstrækkelige ressourcer** til udvikling af Dansk Storbyturisme – og hvordan styrker vi opbakningen til storbyturismen i den nuværende situation?



TENDENSER FOR DANSK STORBYTURISME

STRATEGIEN SKAL UNDERSTØTTE TENDENSER, DER PÅVIRKER TURISMESEKTOREN

TENDENSER SOM UDFORDRER TURISMESEKTOREN

- Færre rejsende og ændrede og endnu ukendte rejsemønstre efter COVID-19
- Øget international konkurrencepres samt dyrere priser for markedsføring
- Individualisering af rejsepræferencer
- Øget efterspørgsel efter unikke og autentiske oplevelser
- En øget forventning om at kunne tilgå alt uden om oplevelsen – et digitalt lag af selve oplevelsen er i stigende grad også en forventning
- Stigende krav om klima- og miljømæssig bæredygtighed



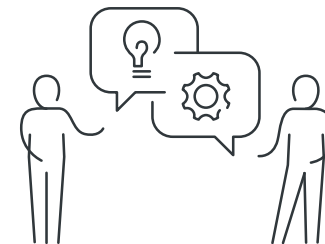
COVID-19 BREMSER STORBYTURISMEN

Med udbruddet af COVID-19 påvirkes storbyturismen markant gennem lukkede landegrænser, rejse- og forsamlingsforbud og karantæne- og isolationspåbud.

Konsekvenserne af krisen er alvorlige nu og her – og det er fortsat et åbent spørgsmål, hvordan vores rejseadfærd påvirkes på den længere bane. Den strategiske udvikling af storbyturismen må løbende forholde sig til en ny virkelighed.

På den helt korte bane betyder det, at der er behov for at foretage akutte markedstilpasninger for at afbøde følgerne. Konkret vil der i en periode være fokus på det danske marked.

Herefter vil der følge en fase med fokus på at genoprette turismen gennem produktudvikling, markedsføring og omsætningsmaksimering. Det bliver centralt, at både den nationale og internationale markedsføring fremover tilrettelægges på en måde, så den direkte og mest effektivt gavner det lokale erhvervsliv i storbyerne. Endelig vil der på sigt være behov for at tilpasse sig en ny virkelighed og teste nye udviklingsveje for storbyturismen.



INNOVATION PÅ TVÆRS AF BYERNE

Turismebranchen mangler innovationskapacitet og øget fokus på adoptering af nye digitale teknologier, for at være konkurrencedygtige internationalt. Der er behov for en samtlende aktør i storbyerne, der kan skabe specialiserede tilbud til turismesektoren, matche nye løsninger med branchens udfordringer og koble storbyernes turistaktører med eksisterende innovationsmiljøer.

Det vil medvirke til at fremme nye turismestartups og derigennem nye job, skabe netværk og samarbejde på tværs af hele økosystemet samt adgang til internationale markeder for optimal skalerbarhed og vækst.

Ifølge en rapport fra Dansk Industri har 39% af det etablerede erhvervsliv samarbejdet med **et** startup og af dem ser godt halvdelen et potentiale i samarbejdet. Derfor ser vi en mulighed for at skabe et samarbejde mellem den etablerede turismebranche og storbyernes iværksættermiljøer for at finde nye og innovative løsninger til at sikre konkurrenceevnen.

STRATEGIEN SKAL UNDERSTØTTE TENDENSER, DER PÅVIRKER TURISMESEKTØREN

KULTURLIV, DER SKABER VÆKST



Hver tredje turist rejser efter kulturoplevelser, mens mere end halvdelen af danske og udenlandske turister har foretaget en eller flere kunst- og kulturaktiviteter på deres rejse.

Ifølge UNWTO Research (2015) udgør kulturturister 40 pct. af de internationale turistankomster, og 54 pct. af storbyturisterne i Danmark har kulturoplevelser som del af deres rejsemotivation.

Storbyerne er kulturturismens epicenter - kulturen skaber indhold og oplevelser, og er endvidere kilde til nye værdier og kan blive et afgørende bindeled mellem turister og lokalsamfund.

Udfordringen er, at mange kulturpartnere ikke er internationalt tilgængelige, og de får ikke nok ud af turismen som forretningsområde. Storbyerne skal sikre et bredt og varieret udbud af kulturtilbud og udløse potentialet mellem turisme og kultur til gavn for borgere og lokalsamfund.

DIGITALE REJSER

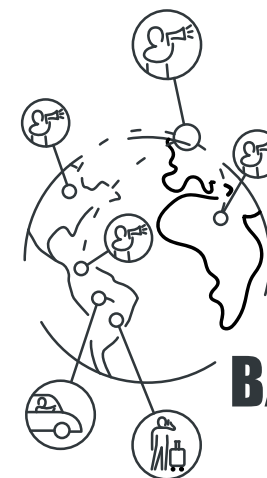


Den øgede digitalisering skaber unikke muligheder for både turister, men også de forskellige organisationer og virksomheder, der er beskæftigede i turismebranchen.

Storbyrejsende anvender digitale løsninger i forbindelse med deres rejse. Det giver nem og hurtig adgang til at kunne planlægge den korte rejse, som storbyrejser ofte er. Gennem sociale platforme søger turisterne anbefalinger til unikke oplevelser og foretager til- og fravalg derudfra.

Digitaliseringen øger dermed kendskabet til udbuddet af turismetilbud og mindsker rejsen fra interesse til booking. Turister og besøgende er med til skabe værdifulde data og information, der kan være med til at understøtte og differentiere udviklingen af fremtidige turismetilbud.

Digitale platforme og redskaber indeholder unik information og viden, som bør deles og anvendes på tværs af storbyerne.



BÆREDYGTIG UDVIKLING

Turismen i verdens storbyer har gennem de seneste år kun oplevet fremgang, og den overordnede tendens peger på fortsat vækst trods diverse midlertidige tilbageslag. Turismeindustrien var før COVID-19 ansvarlig for 8% af global CO2-udledning, og det er derfor en forudsætning for turismens fremtidige eksistensgrundlag, at der sikres en bæredygtig udvikling.

Bæredygtig turisme har en tredimensionel bundlinje; *social, miljømæssig og økonomisk bæredygtighed*. Opgaven er at skabe størst mulig synergi mellem de tre dimensioner. Det handler fx om at arbejde med nogle af de mindre ønskelige konsekvenser af turisme, at bidrage positivt til lokal byudvikling på destinationen, understøtte grønne alternativer til transport og forbrug, og at arbejde med en bredere spredning, så turismen kan agere løftestang til økonomisk udvikling flere steder.

STRATEGISK RETNING FOR DANSK STORBYTURISME

AMBITIONEN

STORBYERNE STYRKER INNOVATIONSKRAFTEN I DANSK TURISME



Storbyerne styrker **kulturturisme som innovationsplatform** for en mere bæredygtig turisme i byerne, der sætter aftryk på hele Danmark



Storbyerne udvikler turisme gennem **forretningsudvikling, innovation og samarbejde** mellem turismeaktører og startups/iværksættere



Storbyerne understøtter og styrker en **bæredygtig turismeudvikling** i storbyerne til inspiration for andre destinationer



Storbyerne deler og udnytter **viden på tværs** af storbysamarbejdet til gavn for hele dansk turisme.

FOKUSOMRÅDER

Dansk Storbyturisme vil de kommende år fokusere indsatsen på særligt fire områder.

STRATEGISKE MÅLSÆTNINGER

Dansk Storbyturismes strategi og arbejde har følgende strategiske målsætninger

SUCCESKRITERIER 2021

Dansk Storbyturisme er i 2021 lykkedes med følgende

| | | |
|--|--|---|
| <p>1 Storbyerne styrker kulturturisme som innovationsplatform for en mere bæredygtig turisme i byerne, der sætter aftryk på hele Danmark</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Vi styrker kulturturismen som innovationsplatform gennem partnerskaber mellem turisme, kulturliv og kreative erhverv. • Vi styrker flow og mobilitet for turister på tværs af geografi til gavn for kulturoplevelser og lokalsamfund. | <p>I 2021 har vi aktivt og målbart bidraget til at kickstarte kulturturismen i byerne i en ny COVID-19 kontekst.</p> |
| <p>2 Storbyerne udvikler turisme gennem forretningsudvikling, innovation og samarbejde mellem turismeaktører og startups/iværksættere</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Vi styrker samarbejdet mellem storbyernes turismeaktører og erhverv med startups, innovations- og vidensmiljøer. • Vi bringer nye innovative og digitale løsninger i spil i det etablerede turismeerhvervs velkendte forretning. | <p>I 2021 har vi aktivt og målbart bidraget til at skabe nye koblinger mellem startups/iværksættere og turismeaktører og dermed bidraget til at udvikle nye forretningsmodeller, produkter og koncepter.</p> |
| <p>3 Storbyerne understøtter og styrker en bæredygtig turismeudvikling i storbyerne til inspiration for andre destinationer</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Vi indgår i partnerskaber med andre aktører, der ønsker at fremme den bæredygtige udvikling af storbyerne. • Vi inspirerer og påvirker destinationer i Danmark til en mere bæredygtig turismeudvikling. | <p>I 2021 har vi fastholdt arbejdet med at skabe en bæredygtig turismeudvikling, men i en ny kontekst. Sammen har vi (re)defineret, hvad vi mener med bæredygtig turismeudvikling samt sat mål op for, hvordan vi arbejder med det i praksis.</p> |
| <p>4 Storbyerne samarbejder om at dele og udvikle data og viden på tværs af storbysamarbejdet til gavn for hele dansk turisme.</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Vi udnytter viden på tværs af storbyerne til at skabe bedre og mere konkurrencedygtige storbydestinationer • Vi er med til at styrke viden om turister til gavn for hele Danmarks turismeudvikling. | <p>I 2021 har vi delt og tilvejebragt ny data og viden, så vi løbende kan monitorere udviklingen i storbyturismen. Vi har også afholdt to inspirations- og udviklingsdage med udvalgte medarbejdere fra alle fire byer.</p> |

1

Storbyerne styrker **kulturturisme som innovationsplatform** for en mere bæredygtig turisme i byerne, der sætter aftryk på hele Danmark

Kulturturisme er en af de primære drivkræfter for storbyturisme og er medvirkende til at tiltrække internationale turister til hele Danmark. Kulturlivet skaber værdi for både turister og borgere i byerne.

INDSATSER

- Vi bygger stærke partnerskaber på tværs af turisme, kulturliv og andre kreative erhverv, der medvirker til et øget turismeforbrug i kulturinstitutionerne.
- Vi styrker viden om turisternes adfærd og brug af kulturtilbud.
- Vi udvikler, samler og deler viden og værktøjer, der kan gøre kulturoplevelsen tryk og attraktiv i en COVID-19-kontekst.
- Vi udvikler og implementerer digitale aktiviteter og produkter i samarbejde med kulturinstitutionerne.
- Vi samarbejder med kommuner og transportudbydere om at udvikle byområder og styrke mobilitet og flow blandt turisterne.
- Vi bidrager til udvikling af kulturinstitutionerne gennem hjælp til fundraising og synliggørelse.

AKTUELT PROJEKT**KICKSTART
KULTURTURISMEN**

Kickstart Kulturturismen er et aktuelt kickstart-projekt, hvor VisitAarhus, Destination Nord, Wonderful Copenhagen og Destination Fyn samarbejder med storbyens kulturpartnere om at sætte ekstra fokus på kulturoplevelser og at bidrage til kulturinstitutionernes overlevelse og attraktivitet gennem nye løsninger og ny viden.

I projektet er der fokus på:

- At identificere nye kulturpræferencer og -forbrug under COVID-19 og sætte dem i relation til rejseværdier og rejsemønstre.
- At etablere et udvidet datasamarbejde inden for kulturturisme
- At formidle ny viden og guidelines inden for kulturturisme
- At udvikle nye oplevelsesformater og forretningsmodeller
- At synliggøre storbyernes kulturoplevelser gennem målrettede kulturfortællinger over for potentielle kulturturister.

2

Storbyerne udvikler turisme gennem **forretningsudvikling, innovation og samarbejde** mellem turismeaktører og startups

Startups har det seneste årti været en primær innovationsdriver i den globale turismeindustri. COVID-19 har medført nye behov og adfærdsmønstre for storbyens gæster, og dermed også accelereret behovet for at nedbryde siloer i branchen, skabe samarbejde på tværs og tænke forretning på nye måder for dermed at øge branchens samlede innovationskapacitet.

INDSATSER

- Vi samler byernes startups og det etablerede turismeerhverv om storbyturismens fælles udfordringer og nye løsninger på tværs af storbyerne
- Vi skaber en koordineret indsats, hvor vi i fællesskab understøtter turisme-startups/iværksættere til gavn for storbyturismeerhvervet
- Vi understøtter turisme-startups i en accelereret forretningsudvikling i samarbejde med det eksisterende erhvervsfremmesystem – og deler viden med andre.
- Vi synliggør samarbejder og løsninger, der kan inspirere til anderledes løsninger i turismesektoren i storbyerne.

AKTUELT PROJEKT: KICKSTART INNOVATIONEN

Kickstart Innovationen er et aktuelt kickstart-projekt, hvor VisitAarhus, Destination Nord, Wonderful Copenhagen og Destination Fyn samarbejder om at finde nye løsninger på storbyernes turismerelaterede udfordringer i en tid med COVID-19.

Projektet har to målgrupper: SMV'er der drager nytte af turismen og SMV'er der ikke nødvendigvis arbejder med turismebranchen, men som kan bidrage med løsninger på storbyernes turismerelaterede udfordringer.

Projektet har tre spor:

- At identificere den/de vigtigste storbyudfordringer
- Kickstart Challenge: virksomheder i hele Danmark inviteres til at komme med løsningsforslag og udvalgte virksomheder indgår i et koncentreret forløb, hvor løsninger bliver til prototyper, der testes og gøres klar til marked.
- Netværk og vidensdeling på tværs af branchen

3

Storbyerne understøtter og styrker en **bæredygtig turismeudvikling** i storbyerne til inspiration for andre destinationer

Med det øgede fokus på bæredygtig udvikling af vores samfund er turismen i høj grad påvirket af nye tendenser i efterspørgsel og forventning om en grønnere og mere bæredygtig adfærd. Indsatsen for en bæredygtig turismeudvikling skal forankres i tæt samarbejde på tværs af storbyerne, da bæredygtighed fortsat vil være en styrkeposition for de danske storbyer i konkurrencen om de internationale turister.

INDSATSER

- Vi koordinerer indsatser, lærer af hinanden, udvikler helt nye løsninger og strategier, og er med til at sætte en ny dagsorden på bæredygtighedsområdet.
- Vi arbejder for at gøre viden om bæredygtig turismeudvikling operationel og handlingsorienteret.
- Vi arbejder for, at der udvikles nye løsninger, metoder og systemer for bæredygtig turisme.
- Vi etablerer et bæredygtigt turismenetværk med byer internationalt.

EKSEMPEL PÅ FÆLLES INDSATS



Green Tourism Organization (GTO) er sat i verden for at bakke op om de destinationer og organisationer, som gør noget særligt for bæredygtighed. For at blive certificeret, skal organisationen vurderes ud fra ca. 140 forskellige kriterier, som afdækker, hvorledes organisationen sætter yderligere gang i bæredygtig turisme på destinationen.

Wonderful Copenhagen blev sidste år den første organisation i verden til at lade sig certificere ved Green Tourism Organization. I august 2020 fik hovedstaden selskab af VisitAarhus, VisitAalborg og Inspiring Denmark, som Destination Fyn er en del af. Indsatsen for at opnå certificeringen har de fire organisationer samarbejdet om i regi af det nationale udviklingsselskab for dansk erhvervs- og mødeturisme, MeetDenmark.

4

Storbyerne deler og udnytter **viden på tværs** af storbysamarbejdet til gavn for hele dansk turisme.

Vi udvikler en samlet tilgang til at samle og dele viden på tværs af byer, som også vil styrke den generelle viden om turismeudviklingen i Danmark. Vi har ikke en tilstrækkelig datadrevet tilgang til turismeudvikling. Vi mangler viden om turisterne, der gør os i stand til at udvikle byer og oplevelser efter turisternes behov og adfærd.

INDSATSER

- Vi koncentrerer indsatsen omkring viden og analyser, der kan være med til synliggøre mobiliteten blandt turister.
- Vi etablerer en fælles platform, hvor viden, erfaring og analyser kan deles mellem de fire byer.
- Vi arrangerer årlige inspirations- og udviklingsdage med deltagelse af eksterne videnspartnere, hvor medarbejdere, der arbejder med storbyturisme i alle fire byer mødes og arbejder med hinanden.

AKTUEL INDSATS: KULTURGÆSTENS NYE BEHOV OG ADFÆRD

Som et led i Kickstart Kulturturismen-projektet etableres et udvidet datasamarbejde på tværs af storbyerne. Indsatsen skal resultere i opdateret viden, prognoser og data på tværs af de fire storbyer, som kan stilles til rådighed for kulturinstitutionerne. Dette grundlag skal vejlede og rådgive kulturpartnere i deres ageren det kommende år og sikre konkrete anbefalinger og initiativer, som sikrer at kulturpartnere får flere gæster ind ad døren, tilbyder de rigtige oplevelsesformater og sikrer tryk i oplevelsen.

Målet er at opnå indsigt, der skaber handling, som medfører øget indtjening på den helt korte bane til fordel for kulturinstitutioner, festivaler og events.

Konkret skal 1.800 interview med gæster på kulturattraktioner samt potentielle gæster skabe ny viden om gæsternes nye behov og adfærd.

VORES **INTERNE INDSATSER**, DER STYRKER SAMARBEJDET I DANSK STORBYTURISME



ALLE UNDERSTØTTER MED RESSOURCER OG FINANSIERING

Alle byer afsætter et aftalt antal ressourcer og finansiering til at understøtte indsatsen i Dansk Storbyturisme



KOLLEGASKAB PÅ TVÆRS

Vi styrker samarbejdet mellem medarbejdere på tværs af organisationer



SUCCESS GENNEM PARTNERSKABER

Vi indgå i partnerskaber med internationale byer, særligt med fokus på bæredygtighed



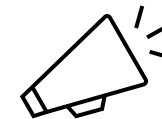
PROJEKTER I SPRINTS

Vi fokuserer vores arbejde på færre projekter af gangen og i kortere sprints.



DELING AF VIDEN PÅ TVÆRS AF BYERNE

Vi styrker platforme for deling af viden.



FÆLLES TALERØR OG INTERESSEVARETAGELSE

Vi samarbejder om øget politisk fokus på og økonomisk opbakning til genopretning af storbyturismen. For det er der behov for.

HVAD ER DANSK STORBYTURISME?

Udviklingsselskabet **DANSK STORBYTURISME** blev etableret i forbindelse med lov om dansk turisme i 2014, og har til opgave at udvikle dansk turisme inden for storbyturismen (Lov om dansk turisme, §8, stk. 1). Udviklingsselskabet er ét af tre nationale udviklingsselskaber i dansk turisme, hvor de to øvrige er hhv. Dansk Kyst- og Naturturisme og MeetDenmark. Udviklingsselskaberne skal efter høring af Det Nationale Turismeforum udarbejde udviklingsstrategier for hvert af de tre områder (Lov om dansk turisme, §8, stk. 2).

Dansk Storbyturisme er et samlende udviklingsselskab for byerne Aalborg, Aarhus, Odense og København. I samarbejdet repræsenteres de fire byer af destinationsselskaberne Destination Nord, VisitAarhus, Destination Fyn og Wonderful Copenhagen.

Dansk Storbyturisme ledes af en styregruppe og sekretariatsbetjenes af Wonderful Copenhagen. Styregruppen består af de fire destinationsselskabers CEOs og mødes 2-4 gange om året.

Med udgangspunkt i strategien arbejder fire tværgående, faglige arbejdsgrupper for at udvikle, løfte og søge finansiering til indsatserne under de fire fokusområder.

KONTAKT

Ved behov for yderligere uddybning, kontakt venligst:

- *Mikkel Aarø-Hansen, CEO, Wonderful Copenhagen*
- *Pia Lange Christensen, CEO, VisitAarhus*
- *Tonny S. Thorup, CEO, Destination Nord*
- *Rasmus Hessum, CEO, Destination Fyn*
- *Rie Søgaard Jensen, sekretariatsleder for Dansk Storbyturisme, Wonderful Copenhagen*