

Det gode værtsskab i Danmark

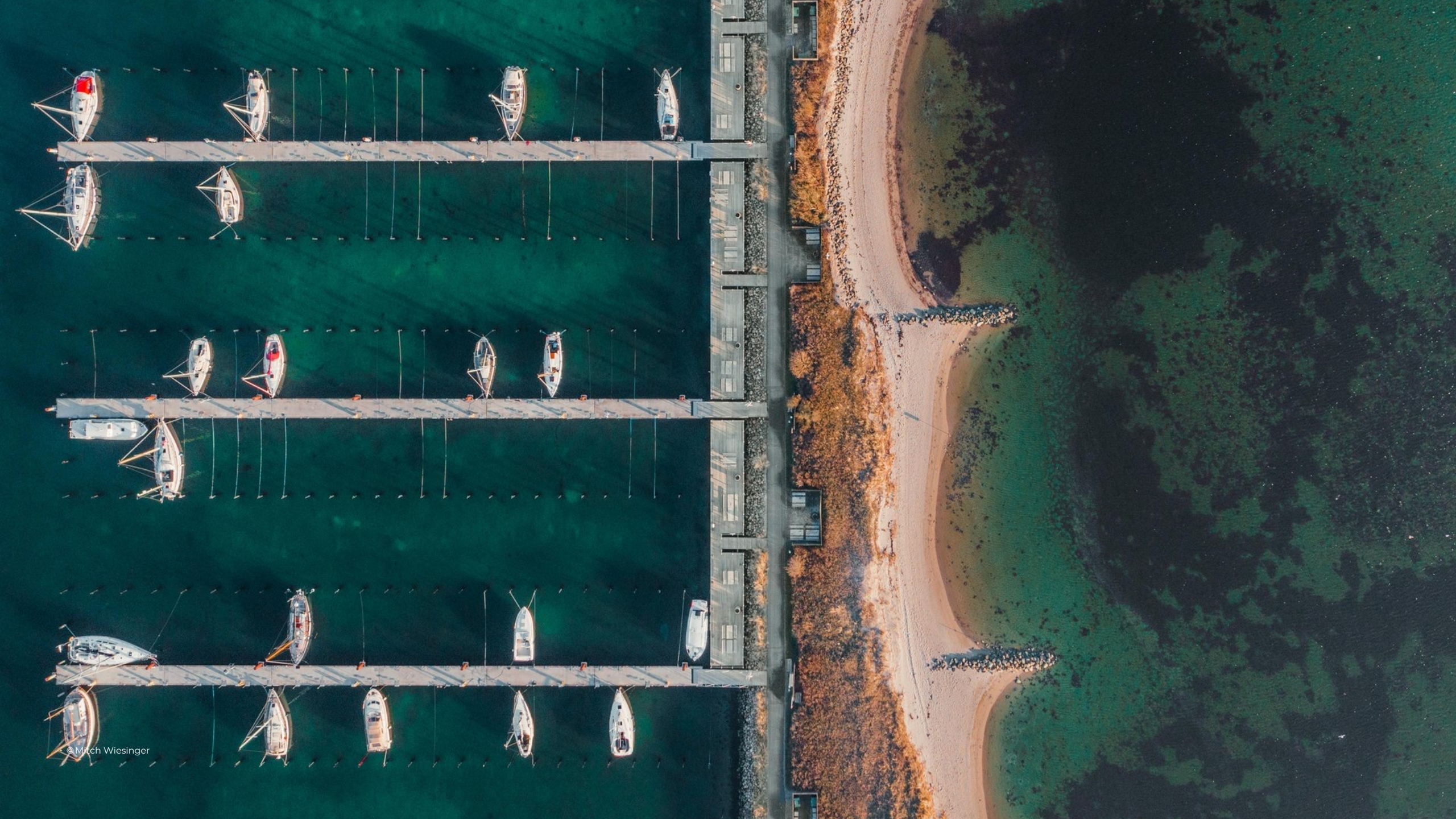
Når hele landet byder velkommen
v/ Line Nøhr Kobzili

November 2025

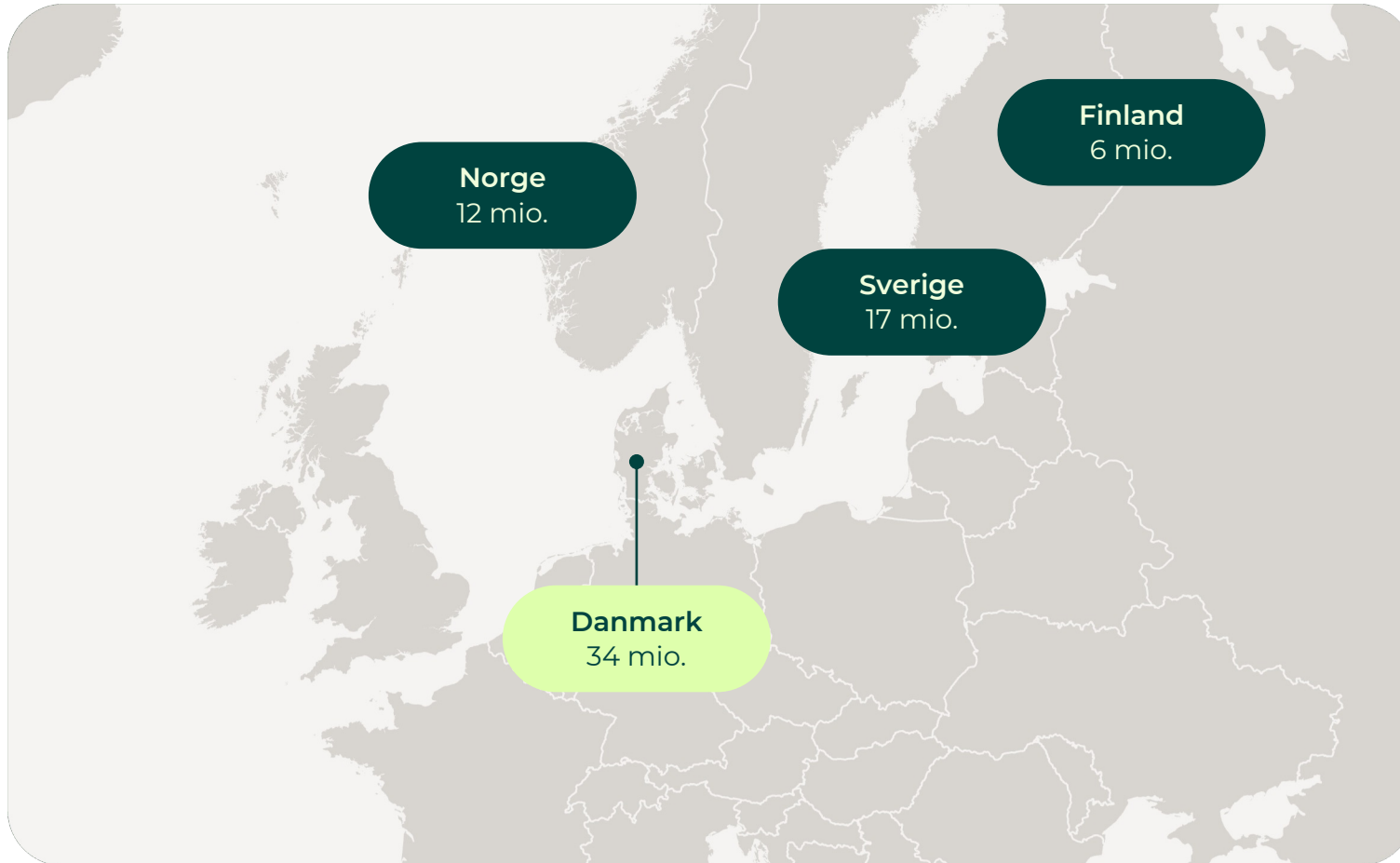
VisitDenmark 

Et værtskab der forpligter





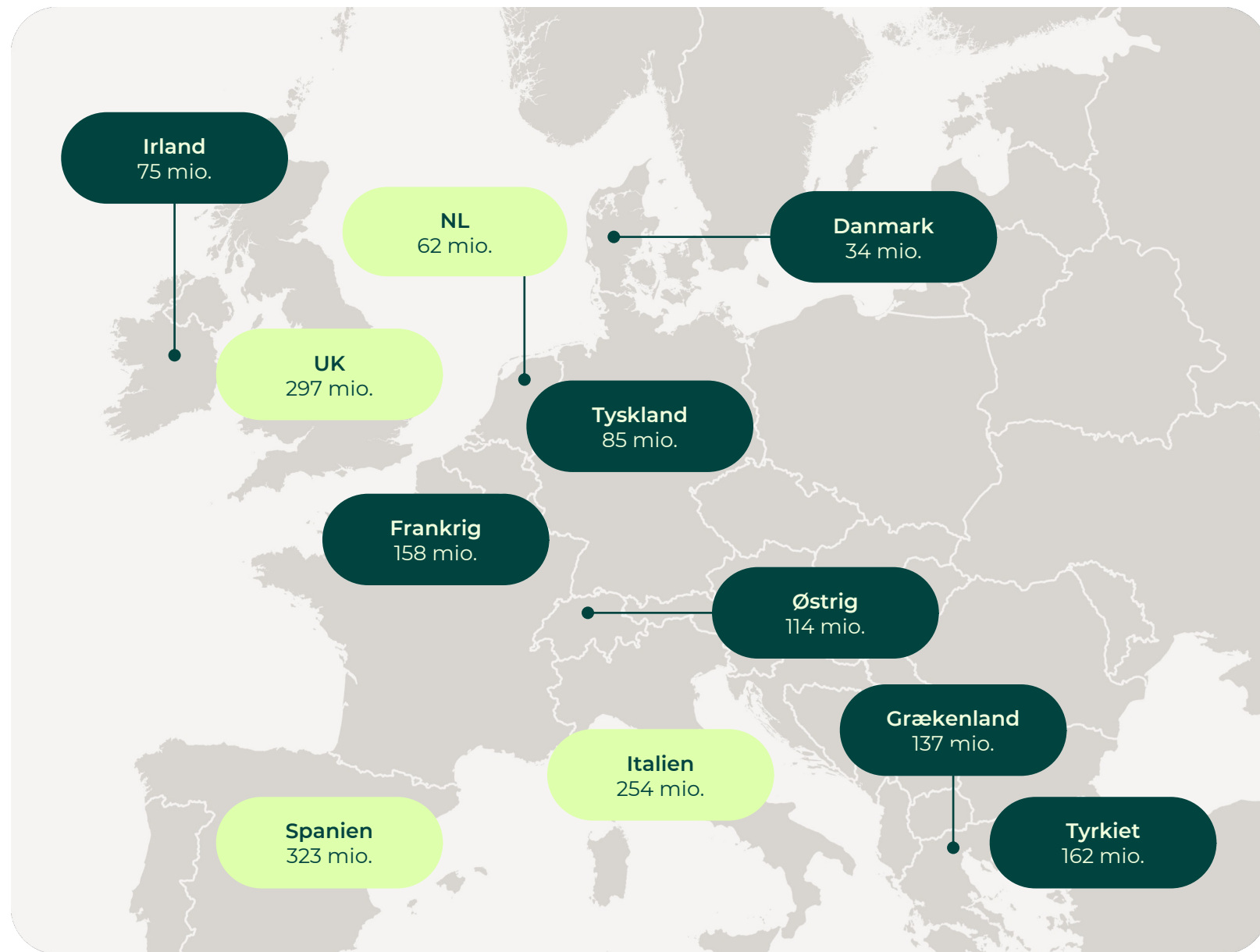
Danmark har den største markedsandel i Norden



Danmark har den største markedsandel af udenlandske overnatninger i Norden:

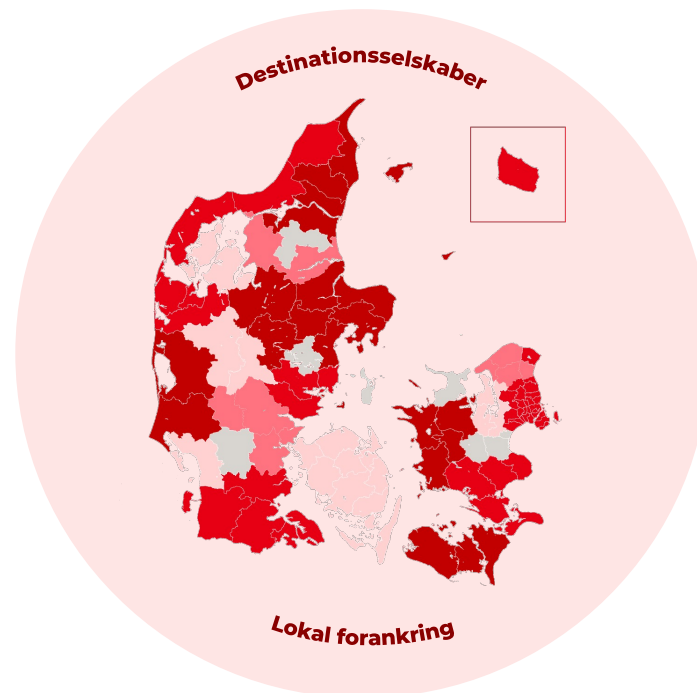
49 %

... men er en lille spiller i Europa

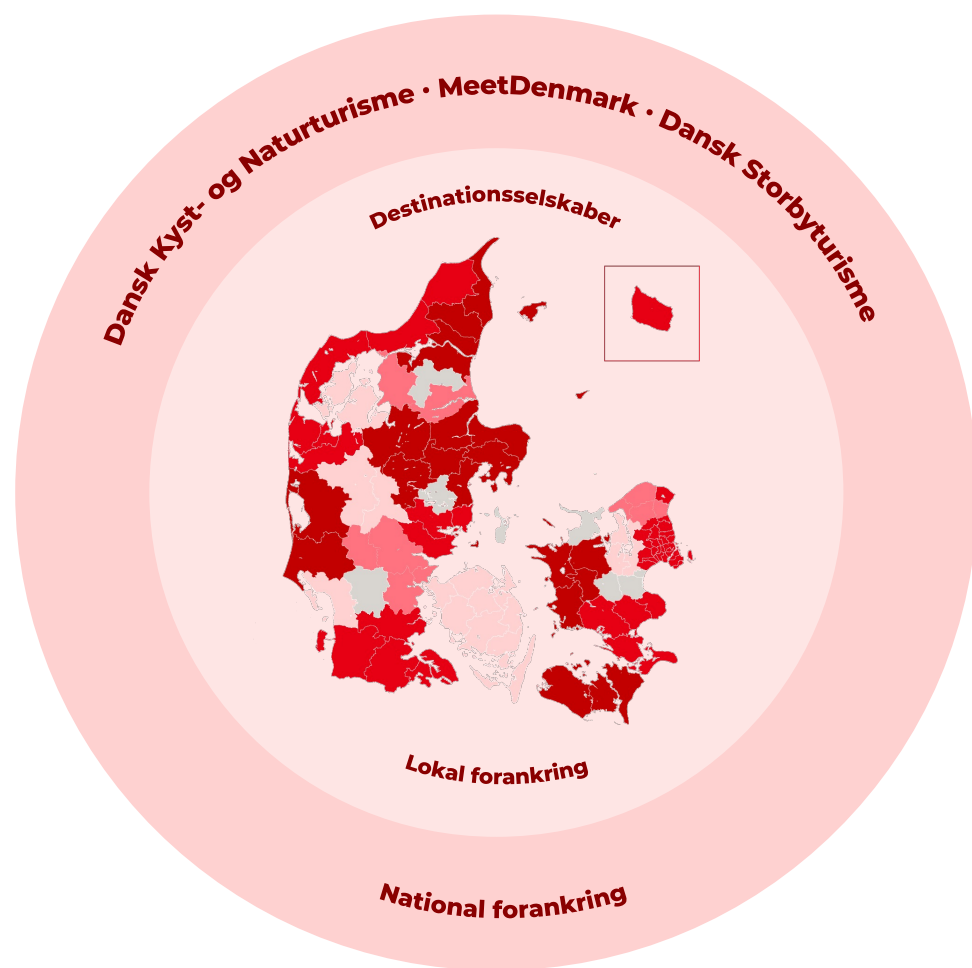


Note: Tal for Frankrig, Grækenland, Irland, Italien og Tyrkiet er baseret på Tourism Economics' prognose og ikke egentlige overnatninger.
Kilde: Tourism Economics.

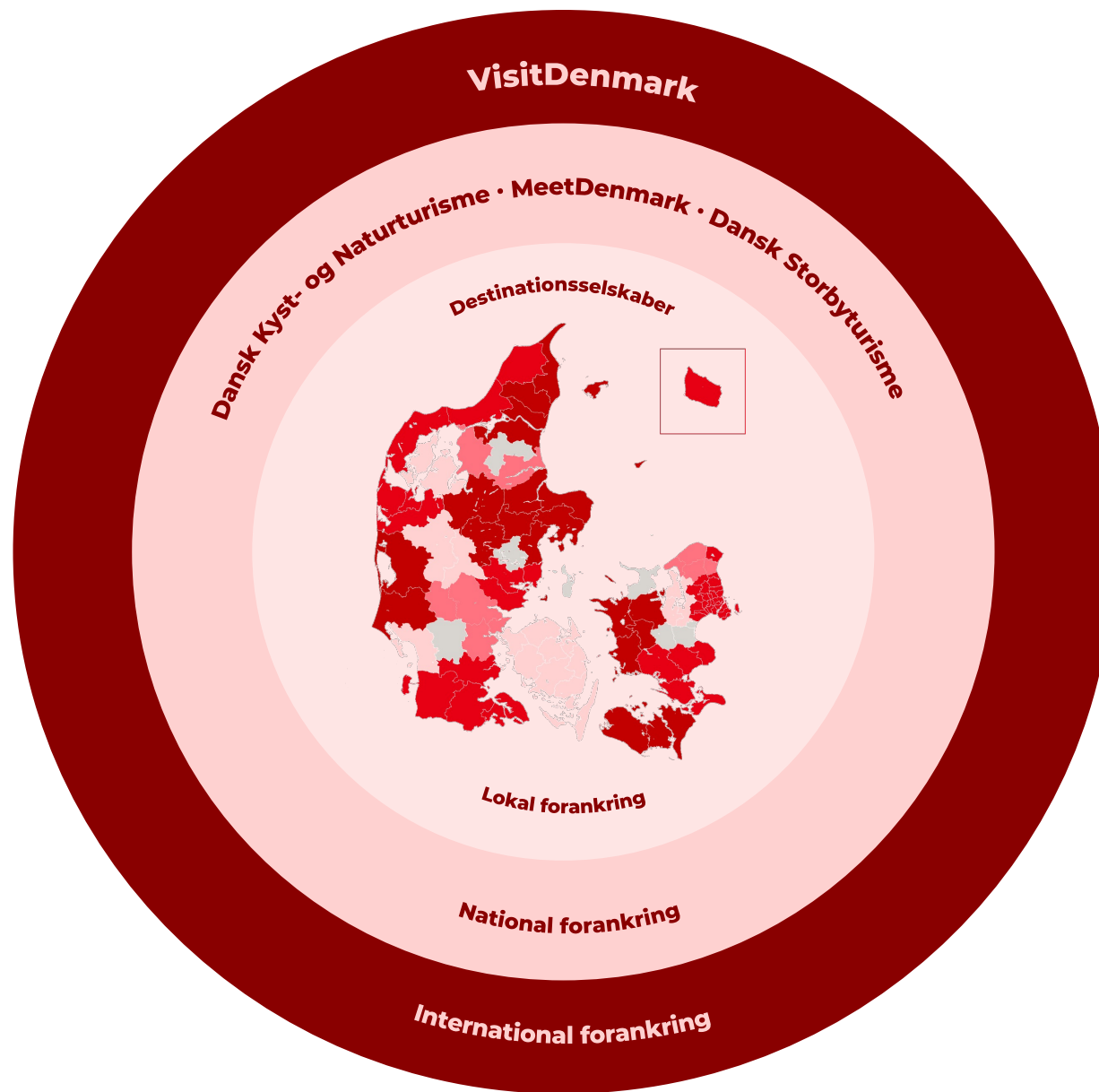
Sammenhængskraften i dansk turisme



19 Destinationsselskaber



3 udviklingsselskaber



1 National Turismeorganisation

Ét fællesskab binder alt sammen

Dansk turisme hænger sammen

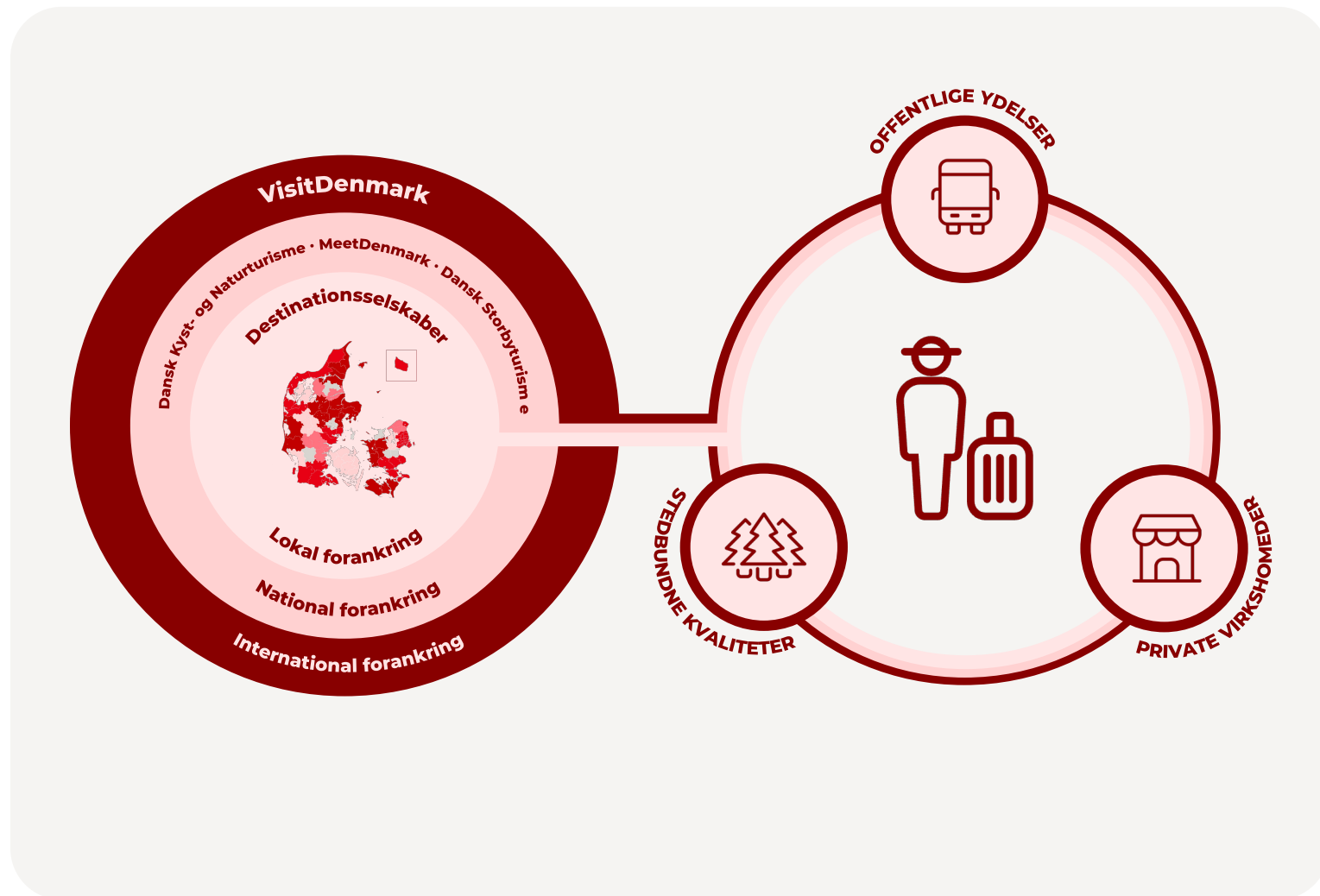
Gæsteoplevelsen er grundlaget for alt

VisitDenmark bringer Danmark ud i verden

Destinationsselskaberne er det lokale og uundværlige bindeled

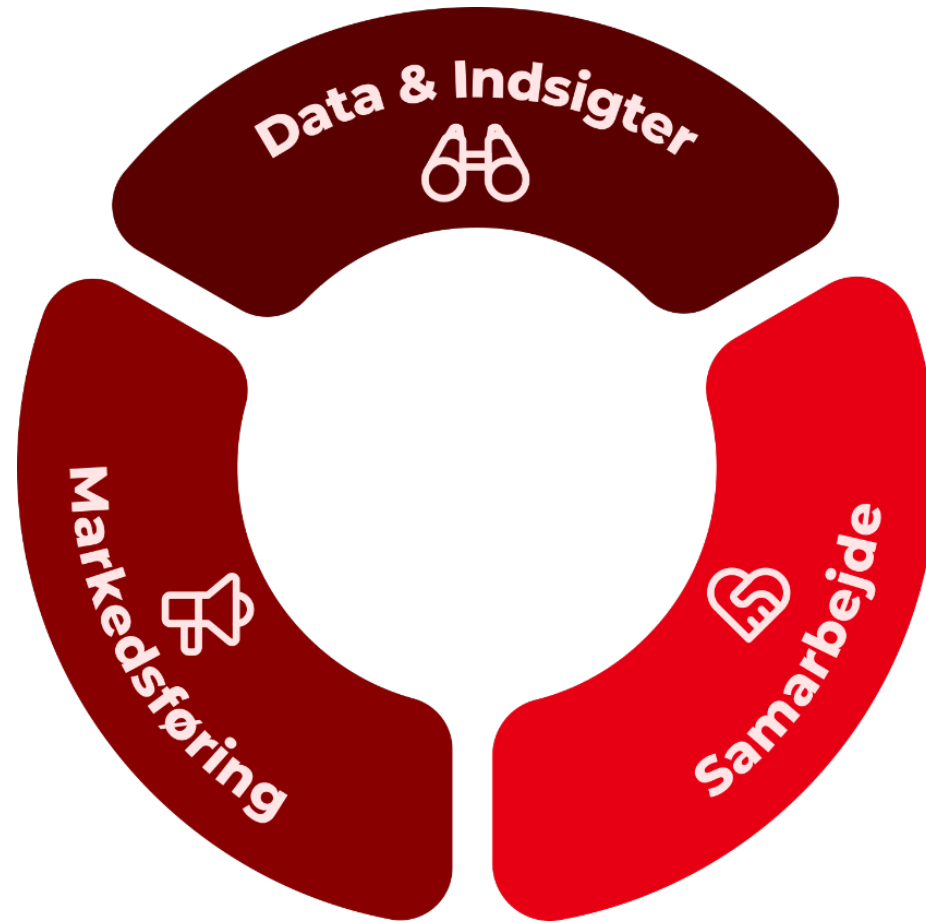
Samarbejde er forudsætningen for succes

Fælles værtskab og fælles ansvar





Kerneopgaver



Strategi

Vision

Vi åbner verdens øjne for Danmark og skaber turisme, vi kan leve af og leve med.

Mission

Gennem tætte samarbejder, brugbar viden og effektiv international markedsføring øger vi rejselysten til Danmark.

Vi skaber forudsætningerne for, at turismen og aktørerne i dansk turisme kan træffe bæredygtige valg.

Mål

Mål 1

Flere udenlandske turister vælger Danmark som rejsemål

Mål 2

Berige turismeerhvervet med relevant og værdiskabende viden

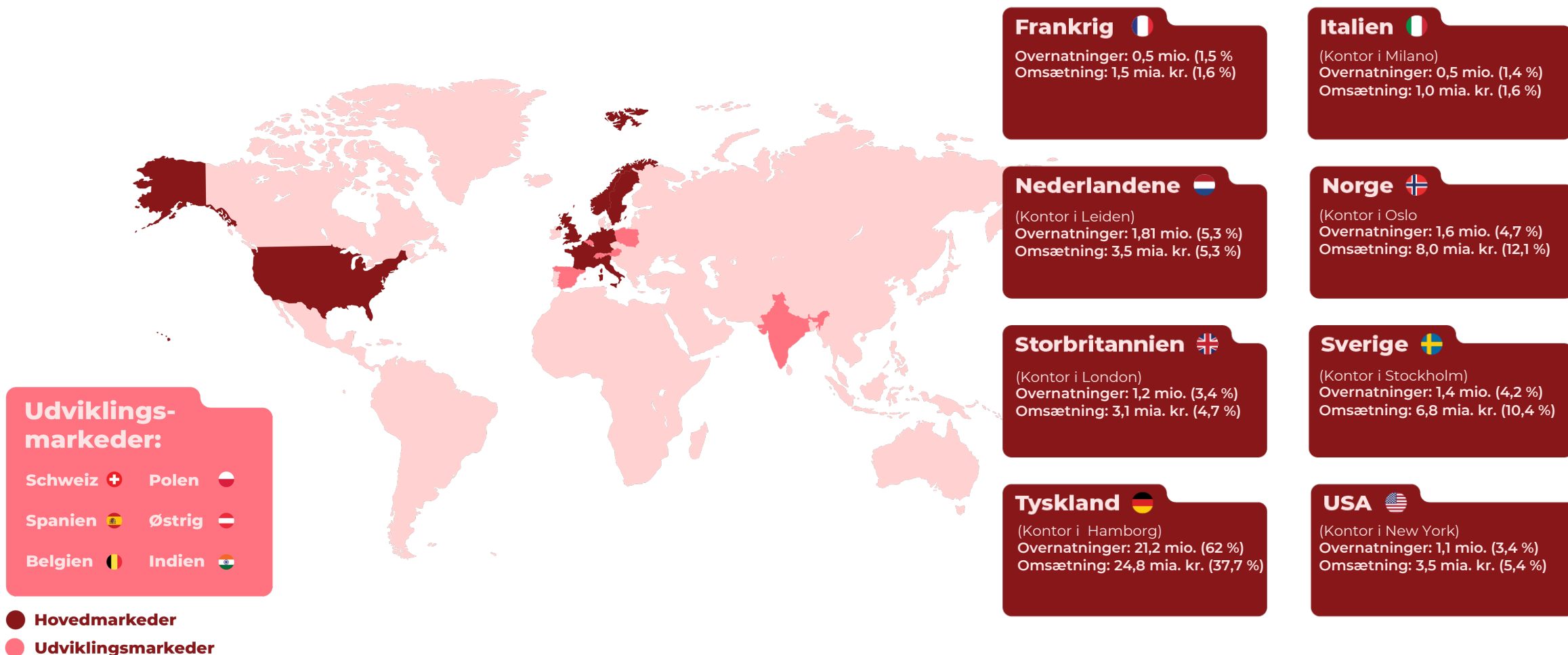
Mål 3

Styrke effekten af offentlige midler gennem samarbejde til gavn for turismehvervet.

Prioriteter

Et fælles brand · Hele Danmark · Hele året · Bæredygtighed · Digitalisering · Turisten

Markedsadgang og lokal tilstedeværelse





Når hele Danmark bliver til et brand

Danmark er vores alle sammens fælles brand og derfor er Danmark også vært for de mange gæster, som dagligt rejser til Danmark.

I Danmark er værtskab ikke kun noget, der sker på hoteller, museer og restauranter – det er en fælles kultur, der mærkes i mødet mellem mennesker overalt i landet. Fra kyst til storby, fra lokale ildsjæle til professionelle værter, skaber vi sammen de øjeblikke, der får gæsterne til at føle sig hjemme og tage en del af Danmark med sig videre.





**Se film og kreativ platform:
[Branddenmark.com](https://branddenmark.com)**

Værter for det gode liv

Kernen i VisitDenmarks brandplatform er idéen om, at Danmark er et sted, hvor det enkle, ægte og nære rummer noget særligt.

Her handler det ikke om store monumenter eller overdådig luksus, men om at finde forundring i hverdagen — i det menneskelige, det bæredygtige, det uformelle og det ærlige.

- **Autenticitet**
– ægthed i oplevelser og mennesker
- **Nærvær**
– en varm og inkluderende tilgang
- **Balance**
– mellem liv, arbejde, natur og by
- **Betænkksom**
– respekt for mennesker og miljø



Værter for det gode liv

Autenticitet

– ægthed i oplevelser og mennesker

Nærvær

– en varm og inkluderende tilgang

Balance

– mellem liv, arbejde, natur og by

Betænkksom

– respekt for mennesker og miljø



Værtskab: Brandets menneskelige udtryk

Et godt dansk værtskab afspejler netop de kvaliteter, brandet lover.

Branding søger at skabe en følelsesmæssig relation mellem gæst og sted. Jeres værtskab gør denne relation menneskelig – gennem jeres nærvær, autenticitet og personlig kontakt.

Et godt værtskab kan gøre selv små oplevelser mindeværdige og skabe ambassadører for jer lokalt og dermed også for Danmark. I Danmark ønsker gæsten at møde ægte mennesker, der er sig selv. Der er ikke store armbevægelser, men et varmt smil, en uformel tone og en oprigtig interesse.

Det skaber en følelse af tryghed og fællesskab – som at blive inviteret indenfor i et ægte liv.

→ **Autenticitet**

Gæsten bliver mødt af ægte mennesker, ikke tillærte slogans. Smilet er oprigtigt, og man mærker stoltheden ved at dele det lokale liv.

→ **Nærvær**

Den danske uformelle tone skaber tryghed. Gæsten føler sig som en del af fællesskabet – ikke blot som kunde (eller turist!).

→ **Balance**

Værten viser ro, respekt og overskud – og inspirerer gæsten til at finde det samme.

→ **Betænksom**

Bæredygtighed tænkes ind naturligt – fx ved at pege på lokale produkter, grønne oplevelser, grøn transport mm.



Hvordan værtskab styrker brandet

Gæster danner deres opfattelse af et brand gennem mennesker, steder og stemninger. Danmark som brand bliver først stærkt, når det føles ægte.

Hvis vores kommunikation lover én ting, men oplevelsen viser noget andet, mister vi troværdighed.

Gennem godt værtskab sikrer vi, at brandværdierne udtrykkes konsekvent – ikke kun i kampagner, men i den daglige gæstekontakt. Så værtskabet styrker brandets troværdighed



© Michael Fiukowski & Sarah Moritz

Sådan bidrager I til fælles succes i dansk turisme

→ **Skabe kvalitet i gæsteoplevelsen – hver dag**

En god oplevelse lokalt er den bedste markedsføring nationalt og international.

→ **Kombinere national viden med lokal indsigt**

*Data og indsigt er brændstof for hele turismesystemet
- Når vi kobler de to niveauer, får vi hele billedet.*

→ **Tænke bæredygtighed som konkurrencefordel**

Bæredygtige valg gør Danmark mere attraktivt og fremtidssikret.

→ **Deltage aktivt i fælles markedsføring og kampagner**

Jo flere stemmer, jo stærkere fortælling om Danmark.

→ **Skab partnerskaber på tværs**

Gæstens oplevelse går på tværs af sektorer.

→ **Tag medejerskab af Danmarks brand**

Når alle fortæller den samme historie, bliver Danmark et stærkere brand.

Ét Danmark – mange stemmer, én fortælling

**Ensartet markedsføring og kreativ konsistens
forstærker mødet med gæsten.**

Sammen står
vi stærkere

Fælles retning
gør Danmark
genkendeligt
og stærkt.

Kreativ
konsistens
skaber
genkendelighed

Konsistens
skaber tillid.
Tillid skaber lyst
til at besøge os.

Fælles
fortælling
– lokale
stemmer

Plads til
forskelligheder
under den
samme ramme.

Fælles
værktøjer

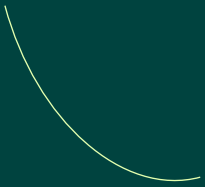
Når vi bruger
de samme
byggesten,
løfter
vi sammen.

Ensartethed
forstærker
effekten

En gæst, der
genkender
Danmark,
vælger
Danmark.

“The Land of Everyday Wonder”
bliver kun sandt, når gæsten mærker
det i mødet med Danmark og danskerne.

Branding er løftet – værtskab er beviset.



Jer



Tak for jeres tid

VisitDenmark 