

## ATTRAKTIONERNES

### UDVIKLINGSFOND

Maj 2012

## - Har danske attraktioner en fælles fremtid?!

**Mandag Morgen** står d. 14. maj bag en omfattende analyse "**Danske attraktioner. En ny vision for oplevelsesdrevet vækst.**" som peger på, hvorledes Danmark som led i en vækststrategi skal satse på at styrke sin *soft power* og sin kulturelle kapital.

Spændende attraktioner, kulturinstitutioner og oplevelsesindustrien er således ved at blive afgørende trumfer, når nationerne kæmper om at tiltrække nye talenter, investeringer og virksomheder. Attraktionernes betydning understreges af de omfattende investeringer, der planlægges i disse år.

**Mandag Morgen** har udarbejdet analysen i samarbejde med *Attraktionernes Udviklingsfond\** (AUF), som med afsæt i analysen inviterer attraktionerne til en workshop for at drøfte, om det er **NU**, at attraktionsbranchen skal finde sammen i et stærkere netværk. Både for på de indre linier at styrke oplevelser, vækst, forretning og innovation, men også for i højere grad for at tale med én stemme, når det gælder forhold af fælles interesse.

Vi fremsender hermed særtillæget da vi som et led i publikationen og workshoppen, ønsker at skabe en debat om netop attraktionernes rolle som vækstbranche, både lokalt, regionalt og nationalt. Denne debat inkluderer derfor helt naturligt både regionale og nationale instanser, som arbejder med turisme og kultur.

Venlig hilsen, AUFs bestyrelse.

Niels Jørgen Jensen, General Manager, Fårup Sommerland og formand for AUF.  
Nils M. Jensen, direktør, Organisationen Danske Museer.  
Claus Christiansen, økonomichef, Vikingeskibsmuseet i Roskilde.  
Bjarne Clement, leder, Ribe Vikingecenter.  
Lone Johnsen, direktør, Visit Carlsberg.

Generelle spørgsmål kan rettes til Lone Johnsen, [lone.johnsen@carlsberg.com](mailto:lone.johnsen@carlsberg.com), tlf. 3327 2740.

\* Attraktionernes Udviklingsfond (AUF) blev stiftet i 2001 af en række danske attraktioner for at arbejde målrettet med kompetence- og forretningsudvikling. AUF gennemførte fra 2002-2007 med støtte fra Arbejdsmarkedets Feriefond ODA-projektet (Oplevelsesudvikling i Danske Attraktioner), som involverede 39 attraktioner fra hele landet. Da foreningen Danske Turistattraktioner i 2011 besluttede at opløse sig selv, blev organisationens aktiver overført til AUF. Samtidig blev Attraktionernes Udviklingsfonds bestyrelse udvidet med to medlemmer fra Danske Turistattraktioners bestyrelse.

# Mandagmorgen

TILLÆG



## Danske attraktioner

En vision for oplevelsesdrevet vækst

**Udgivet af Mandag Morgen**

**Ansvarshavende chefredaktør:** Bjarke Møller.

**Redaktion (denne publikation):** Ida Strand, Malte Kjems, Morten Jastrup.

**Grafisk design:** Marie Brodersen, William Zeuthen.

**Korrektur:** Martin Lund.

**Tryk:** KLS Grafisk Hus A/S.

**ISSN:** 0905-4332.

Citater kun tilladt med tydelig kildeangivelse. Kopiering er kun tilladt ifølge COPY-DAN-aftaler. Mandag Morgens udgivelser bygger på et etisk regelsæt, der kan læses på [www.mm.dk](http://www.mm.dk). Personligt abonnement: Halvår kr. 3.995,-. Helår kr. 7.990,- ekskl. moms. Kollektivt abonnement for organisationer og virksomheder fra kr. 9.995,- ekskl. moms. Læs mere på Mandag Morgens hjemmeside, [mm.dk](http://mm.dk). Mandag Morgen, Valkendorfsgade 13, DK 1009 København K, tlf +45 3393 9323



# Indhold

## Attraktioner styrker væksten i Danmark

Attraktioner fortæller i sig selv historien om vækst i et ellers kriseramt Danmark. Men deres positive effekt på økonomien rækker langt videre end deres egen vækst i omsætning og arbejdspladser. Attraktioner er med til at gøre alle dele af Danmark interessant at besøge og bo i. Samtidig tilfører de unik brandværdi til byer og virksomheder og spiller en nøglerolle i erhvervsudvikling. **5**

## Jagten på de oversete værdier

Der er et stort potentiale for lokalområder i at udvikle og samles om deres attraktioner. Hvor det gøres bedst, kan det lokale museum blive samlingsstedet for et område og sikre, at der er liv også i udkantsdanmark. Samarbejdet med attraktionerne kan udvides og få en større økonomisk og social betydning, vurderer eksperter. **12**

## Et tiltrængt løft til dansk turisme

Turismen boomer, bare ikke i Danmark. Vi mangler de store, internationale attraktioner, der virkelig tiltrækker turister, lyder vurderingen fra blandt andet Visit Denmark, der ikke bruger de danske attraktioner særligt aktivt i deres markedsføring. Potentialet er der, lyder vurderingen, men attraktionerne skal samarbejde for at forløse det. **15**

## 12 trends, der rykker ved attraktionsbranchen

Danske attraktioner skal indstille sig på at tage imod flere forskellige typer gæster, der alle forventer en særlig oplevelse. Gæsterne bliver mere krævende, men attraktionerne kan få god hjælp ved at gøre bedre brug af nye teknologier. Læs Mandag Morgens guide til trends i attraktionsbranchen. **19**

## Meget mere end oplevelser

Trods gamle brancheskel og forskellige fagligheder og fokusområder har attraktionsbranchens aktører én fælles interesse: De vil anerkendes for den vigtige rolle, de spiller for samfundets sammenhængskraft og evne til at skabe vækst. Det er udgangspunktet for den vision, der skal samle branchens mange aktører, som Mandag Morgen præsenterer. **22**

Returneres ved varig adresseændring

Ét vindue til en verden af strategisk viden - og nye løsninger



Mandag Morgen 2012:

## Vi formidler mulighederne

Velkommen til Mandag Morgens univers af skarpe analyser, innovative løsninger og udfordrende synspunkter - en genvej til at læse mindre, forstå mere og navigere hurtigere i en turbulent verden. Læs mere på [www.mm.dk](http://www.mm.dk)

Besøg os på [mm.dk](http://mm.dk) – dit vindue til en verden af strategisk viden

Ønsker du at få et skræddersyet tilbud, der giver alle i din virksomhed fuld adgang til alle Mandag Morgens analyser og publikationer, kan du kontakte os på 3393 9323.

**Mandagmorgen**