



FJORDLANDET FÆLLESSKAB, FORANDRING

2025 - 2030

visit
FJØRDLANDET
Roskilde · Lejre · Frederikssund

Fjordlandet er kongerigets vugge og legendernes land

Fjordlandet er en moderne destination med rødder 1000 år tilbage i tiden. Med fjordene i centrum er området kendt for verdenskendte vikinger, konger og dronninger og rocklegender. Det er stedet, hvor gammel og ny kulturhistorie smelter sammen og giver nye perspektiver.

Her kan du rejse gennem istidslandskabet forbi Danmarks største kongehal, originale vikingeskibe og UNESCO Verdensarv. Du kan få græs på knæene i Nationalpark Skjoldungernes Land og smage på Fjordlandets mange økologiske fødevarer i de små gårdbutikker. Du kan udforske det sprudlende urbane liv og ungdomskulturen og ikke mindst nyde musikken.

VISITFJORDLANDET Roskilde Lejre Frederikssund, Munkebro 2, 4000 Roskilde, mail@visitordlandet.dk
LAYOUT OG PRODUKTION: www.grafiskafdeling.dk



- 05** Forord: Sammen står vi stærkere
- 06** Destination Fjordlandets rolle, opgave og finansiering
- 08** Fem nye kernefortællinger
- 14** Seks dogmer for bæredygtig turismeudvikling
- 18** Fire mål for 2030
- 21** Fem indsatsområder
- 28** Fjordlandet i tal





Sammen står vi stærkere

Siden etableringen af Destination Fjordlandet og lanceringen af destinationens første turismestrategi i 2021 har verden gennemgået markante forandringer. Vi har været ramt af en pandemi, krig i Europa, stigende energipriser og inflation, der på forskelligvis har udfordret – og stadig udfordrer – den globale turisme.

På den positive side har kriserne styrket samarbejdet endnu mere mellem Roskilde, Lejre og Frederikssund Kommune, og vi oplever, at de internationale gæster vender tilbage til Fjordlandet. Denne tilbagevenden af udenlandske besøgende ses i en øget turismeomsætning, hvilket er et resultat, vi kan være stolte af.

Særligt fordi vi er overbeviste om, at denne udvikling kun har ladet sig gøre via det stærke samarbejde mellem vores kommuner. Sammen står vi stærkere, og som organisation skal vi derfor fortsætte med at være det naturlige, samlende midtpunkt og den fælles stemme for turismeerhvervet på tværs af kommunegrænserne.

Når vi ser frem mod 2030, er der mange spændende turismeprojekter forude, som kommer til at gavne hele Fjordlandet. Med Femern-forbindelsen bliver det endnu nemmere for vores tyske naboer at holde ferie på Sjælland. I tæt samarbejde med de øvrige sjællandske destinationsselskaber forbereder vi os derfor på at kunne tage godt imod de flere tyske gæster, der forventes at komme, når forbindelsen planmæssigt står færdig i 2029.

I disse år investerer flere af vores kulturelle topattraktioner markant i udvikling af nye oplevelsesprodukter, gæsteservice og energi-forbedringer. Sammen med de mange spisesteder, fødevareproducenter, den smukke natur og vores stærke kulturelle historie er Fjordlandets store styrke bredden af oplevelser. En bredde, der tilsammen styrker vores position som international oplevelsesdestination.

I Destination Fjordlandet bliver vores vigtigste opgave frem mod 2030 at bruge det stærke

samarbejde mellem turismeerhvervet og kommunerne som springbræt til at skabe en bæredygtig turismeudvikling i hele vores område hele året rundt. Strategien for 2025-2030 skal vise os vejen mod denne udvikling.

God læselyst,



Ida Dyhr
Formand
Destination Fjordlandet



Thomas Kær Mahler
Direktør
Destination Fjordlandet

Destination Fjordlandets rolle, opgave og finansiering

Destination Fjordlandet er et destinationsselskab sat i verden af tre kommuner for at sikre, at turisme bliver en bæredygtig udviklingsmotor, der kan skabe økonomisk vækst og bidrage til levende by- og naturmiljøer og lokalsamfund året rundt. Denne opgave kan vi kun lykkes med i fællesskab med vores samarbejdspartnere.





Kommunerne

Destination Fjordlandet er et samarbejde mellem Roskilde, Lejre og Frederikssund Kommune. Kommunerne bidrager med en basisbevilling til at understøtte destinationens drift.

Det er kommunerne, der har ansvaret for de fysiske og strategiske rammer samt myndighedsarbejdet. Destination Fjordlandet bidrager som sparringspartner til kommuneplaner, planstrategier og lignende for at sikre, at turismeområdet er reflekteret i kommunernes udvikling.

Turismeerhvervet

Destination Fjordlandet samler et bredt turismeerhverv på tværs af de tre kommuner og synliggør dermed turismeerhvervet overfor gæsterne. Derudover er sekretariatet i Fjordlandet medvirkende til at skabe muligheder for videndeling, erfaringsudveksling og værdikædesamarbejde. Turismeerhvervet medfinansierer destinationens arbejde gennem partnerskabskontingent samt tilkøb af ydelser som fx fælles markedsføring og annoncering i guidebog.

Destination Fjordlandets samarbejdspartnere

Destination Fjordlandet deltager aktivt i strategiske partnerskaber, der bidrager til at styrke turismen i destinationen. Dette sker typisk gennem større udviklingsprojekter med midler fra Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse. Destination Fjordlandet samarbejder bl.a. med:

- Nationalpark Skjoldungernes Land
- Kommunale erhvervsorganisationer
- Danske Destinationer
- VisitDenmark
- Dansk Kyst- og Naturturisme
- Wonderful Copenhagen
- Copenhagen Visitor Service (Københavns Kommune)
- MeetDenmark
- Lokale turistforeninger
- Erhvervshus Sjælland og Erhvervshus Hovedstaden
- Øvrige nationale destinationsselskaber i Danmark
- Lokale uddannelsesinstitutioner

5 nye kerne- fortællinger i Fjordlandet

Erfaringerne fra de første fire års arbejde med Fjordlandet som brand har resulteret i fem tydelige og selvstændige fortællinger i vores område, der kan engagere flere målgrupper.





Vikinger

Fjordlandet er fyldt med ægte vikingehistorie. Fra sagnene om de første danske vikingekonger til de unikke beviser på vikingernes liv, som stadig står i landskabet, så du kan se og røre dem.

I Fjordlandet står du med begge fødder midt i nogle af vikingetidens magtcentre, og du kan blandt andet opleve originale vikingskibe, udforske rekonstruktionen af Danmarks største kongehal og komme tæt på sagnkongerne Skjoldungerne, der har lagt navn til Nationalpark Skjoldungernes Land. Mærk også vikingehistorien helt tæt, når du stævner ud på et vikingskib, til markeder og vikingespil, hvor fortiden bliver levende.

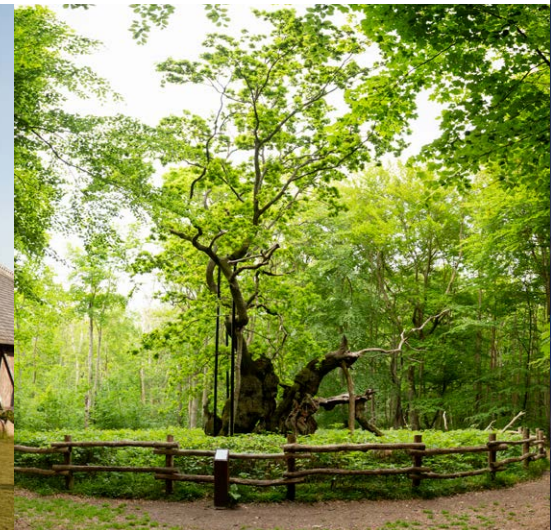




Konger & dronninger

I Fjordlandet kan du følge i kongernes og dronningernes fodspor. Dyk ned i den royale historie helt fra de sagnomspundne vikingekonger til jagtslotte og de royales sidste hvilested i en UNESCO Verdensarvskirke, som er det sted i verden hvor flest royale grave er samlet i én kirke.

I Fjordlandet finder du mere end 1000 års unik, kongelig Danmarkshistorie samlet i én destination.

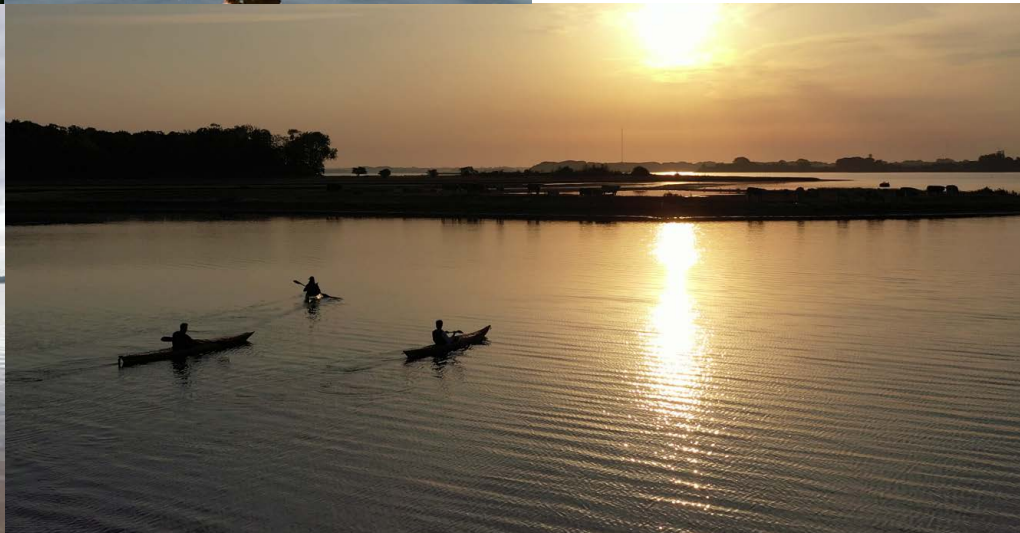




Kunst, musik & kreativitet

I Fjordlandet smelter kunst, musik og kreativitet sammen i en inspirerende og dragende symfoni. Fjordlandet rummer alt fra Nordeuropas største festival med spektakulær musik og kunst og Danmarks rockmuseum til lækkert, lokalt kunsthåndværk, musik og kunst i det fri, unik arkitektur og spændende kunstmuseer, hvor du blandt andet kan dykke ned i dansk kunsthistorie og opleve værker fra nogle af Danmarks allerstørste malere, der var inspirerede af det unikke fjordlandskab.





Fjordliv & Outdoor

Fjordlandet er også Nationalpark Skjoldungernes Land, som giver masser af muligheder for oplevelser i naturen. Med Roskilde Fjord og Isefjord som baggrundstæppe kan du forsvinde ind i en af nationalparkens skove, tage cyklen gennem et af Danmarks smukkeste istidslandskaber eller tage på eventyr på fjordene.

Her har mennesker levet siden tidernes morgen og efterladt sig spor. Få steder i Danmark ligger gravhøje og fortidsminder så tæt som i Fjordlandet.



Smag på Fjordlandet

Fjordlandet er Københavns grønne forhave, som byder på en overflod af førsteklasses kulinariske og økologiske oplevelser. I Fjordlandet kan du opleve, hvor dyrene bor, og grøntsagerne gror og komme helt tæt på de råvarer, som du kan nyde på de bedste restauranter i København og resten af landet.

Nyd fx smagen af Fjordlandet, når du sætter tænderne i verdens bedste chokolade, nyder prisvindende øl, mjød og is eller lægger vejen forbi de mange gårdbutikker og lækre spisesteder.



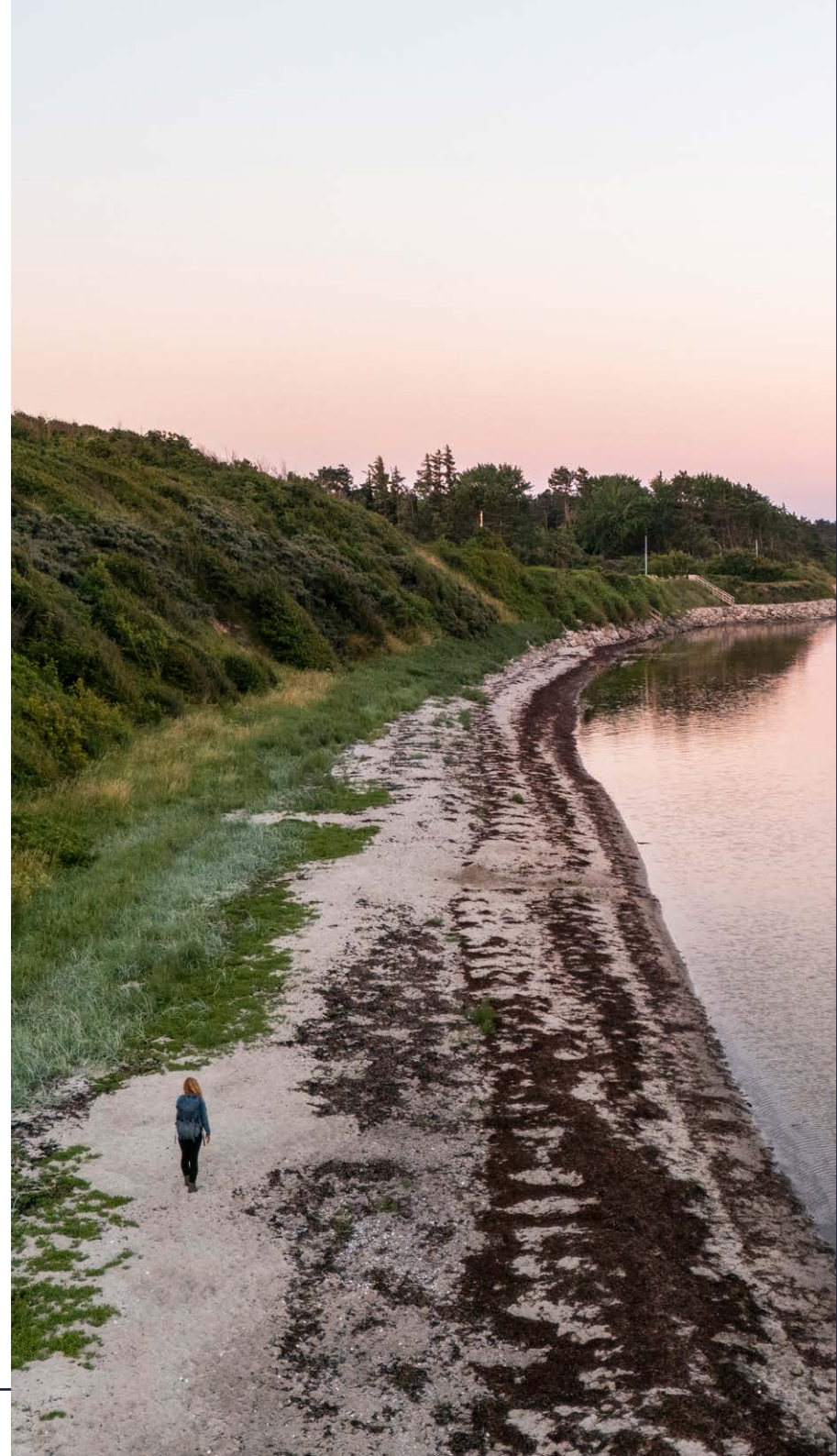
Visioner for vores arbejde

Bæredygtig turismeudvikling

Destination Fjordlandet skal skabe en turismeudvikling, som vi kan leve af og leve med. Ambitionerne er høje; vi vil øge turismeindtægterne og antallet af turister i området betragteligt frem mod 2030. Derfor er det afgørende, at vi som destinationsselskab tænker os om, og sikrer, at udviklingen i turisme sker i balance med det lokale samfund og miljøet.

I praksis betyder det, at når vi styrker Fjordlandets brand, skal vi træffe klare valg i forhold til målgrupper, synliggørelse af miljøvenlige produkter, differentiering af markedsføringen både sæsonmæssigt og geografisk. Det kræver, at vi understøtter turismeerhvervet i den grønne omstilling og er med til at sikre, at vi tilbyder mere bæredygtige oplevelsestilbud for vores gæster.

Det arbejde kan vi ikke klare alene. Derfor vil vi arbejde med visionen for bæredygtig udvikling i turisme, udviklet i Danske Destinationer i samarbejde med 18 andre destinationsselskaber. Visionen består af seks dogmer for bæredygtig udvikling, som vil blive integreret i Destination Fjordlandet arbejde frem mod 2030. Dogmerne vil blive opdateret hvert år.



Dogmer for bæredygtig turismeudvikling:

- Vi skaber lokalt samarbejde om turisme, der udvikles i balance med lokale fællesskaber og hverdagsliv, i balance med natur og miljø, og med fokus på at styrke lokal økonomi.
- Vi markedsfører for at skabe lokal værdi for både mennesker, miljøet og økonomien, og vil i vores gæstekomunikation tydeliggøre muligheden for at træffe mere bæredygtige valg.
- Vi investerer i destinationsudvikling, der sætter bæredygtighed i fokus, og som ikke ellers kommer af sig selv, på tværs af sæson og geografi.
- Vi skaber incitament for og inspirerer til turismeerhvervets bæredygtige omstilling.
- Vi tager ansvar for turismens positive bidrag til klimahandling og til at nå de danske klimamål.
- Vi fremmer turismens brede værdiskabelse, der rækker langt udover turismesektoren selv, og fastholder en åben og inkluderende samtale om udvikling af turismens værdi og rolle i (lokal)samfundet.





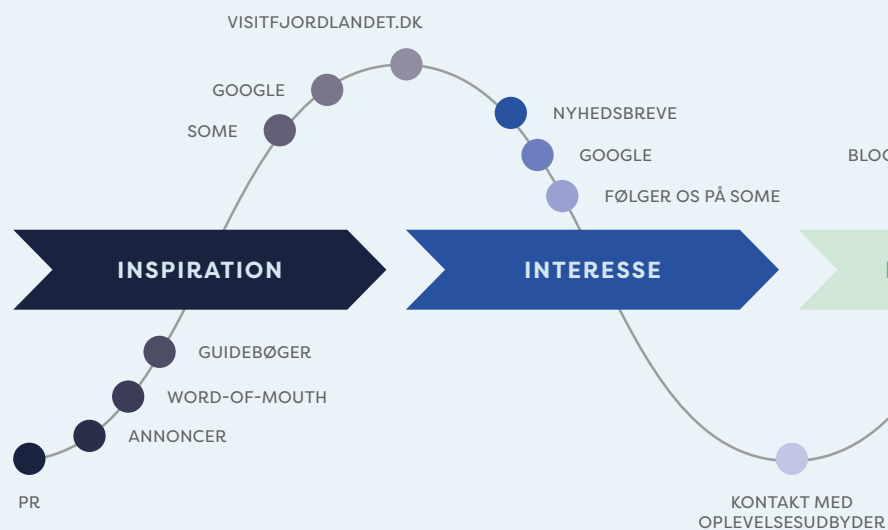
Være der, hvor gæsterne er

Destination Fjordlandet skal være synlig de steder, hvor gæsterne er. Derfor skal vi arbejde med at sikre en stærk tilstedeværelse gennem hele gæstens rejse til Fjordlandet - både digitalt, analogt og via fysiske kontaktpunkter - både før, under og efter besøget.

I kommunikationsstrategien integreres både de digitale og fysiske kontaktpunkter, så de understøtter hinanden på tværs af hele turistens rejse. Dette danner grundlaget for en positiv og engagerende rejse og øger sandsynligheden for at skabe en varig relation med de besøgende. Dette bidrager til, at turisterne i højere grad vil anbefale Fjordlandet til andre under og efter deres ophold i Fjordlandet.

Turistens rejse til Fjordlandet

DIGITALE KONTAKTPUNKTER

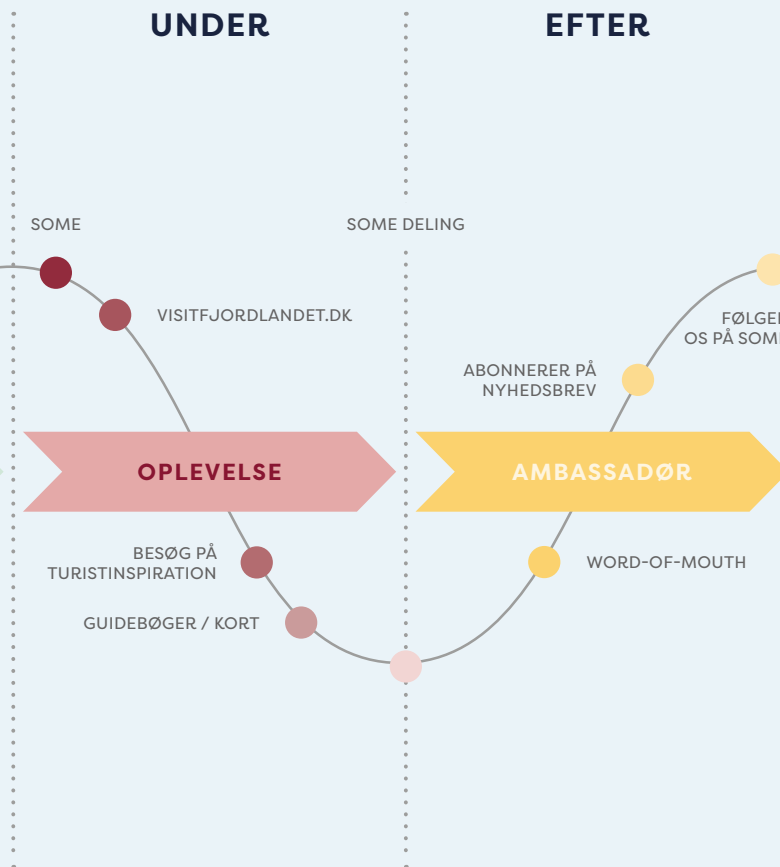


FYSISKE KONTAKTPUNKTER

FØR

UNDER

EFTER



Vores mål frem mod 2030

Destination Fjordlandet er en destination med en høj koncentration af kvalitetsoplevelser samt attraktive, men relativt få muligheder for overnatning.

Vi er en stærk oplevelsesdestination, som tiltrækker mange endagsbesøgende. Derfor prioriterer vi at måle udviklingen i turisme i Fjordlandet som en kombination af turismeomsætning, overnatningstal og besøgstal på vores attraktioner, da de tre mål giver os et samlet og mere nuanceret billede af udviklingen i destinationens turisme.

Som et nyt tiltag vil vi derudover gerne sikre, at vi er relevante for vores turismepartnere og vil derfor i denne strategiperiode arbejde mere systematisk med indhentning af feedback fra vores betalende partnere.



At øge turismeomsætningen

Vi vil arbejde på at øge turismeomsætningen til 3,3 mia kr. i 2030.

I 2022 var turismeomsætningen på 2,745 mia. kr.

I Fjordlandet arbejder vi hårdt på at tiltrække flere danske og internationale gæster – både overnattende og endagsbesøgende – samt at inspirere gæsterne til flere sammenhængende oplevelser på vores destination. Derfor har vi et mål om at øge den samlede turismeomsætning i Fjordlandet.



At øge og sprede antal overnatninger

Vi vil arbejde på at øge antallet af overnatninger til 500.000 overnatninger i 2030, hvor væksten hovedsageligt ligger i april-maj og september-oktober.

I 2023 havde Fjordlandet ca. 435.000 overnatninger

Som mange andre danske destinationer har vi mange gæster på vores overnatningssteder om sommeren, men ledig kapacitet resten af året. Derfor vil vi arbejde målrettet på ikke kun at øge overnatningstallet, men at sikre at væksten primært sker i april-maj og september-oktober.



At øge antal af besøgende på de største attraktioner

Vi vil arbejde på at øge antal besøgende på vores største attraktioner til 710.000 besøgende i 2030.

I 2023 havde de største attraktioner 610.000 besøgende.

Som en stærk oplevelsesdestination med mange attraktioner og dermed mange endagsbesøgende, kan antal gæster på attraktioner give et billede af udviklingen i områdets turisme. Derfor vil vi måle antal af gæster på de største attraktioner: Roskilde Domkirke, Vikingeskibsmuseet, Sagnlandet Lejre, Willumsens Museum samt områdets museer under ROMU.



At øge tilfredsheden blandt Destination Fjordlandets partnere

For at sikre at Destination Fjordlandet er til for vores turismepartnere, vil vi som et nyt tiltag indføre måling af tilfredshed blandt vores partnere. Det vil vi gøre gennem en årlig tilfredshedsundersøgelse.

Undersøgelsesdesign, baseline og konkrete mål fastsættes i 2025.



Indsatsområder

For at nå vores ambitiøse mål om at udvikle Fjordlandet som destination og understøtte vores vision om at skabe en bæredygtig turismeudvikling for både de lokale, erhvervet og de besøgende fortsætter vi med fem fokuserede indsatsområder, som er:

1 Øget synlighed omkring Fjordlandet som destination for danske og internationale gæster.

2 Styrket sammenhæng på tværs af kommuner, aktører og oplevelser gennem forretningsudvikling og kommunikation.

3 Udnyttelse af nærheden til København med henblik på at tiltrække de internationale gæster og lokale fra hele hovedstadsområdet.

4 Inspirere sommerhusgæster og lokale til flere lokale oplevelser

5 Fokus på ydersæsoner for at optimere udnyttelsen af ressourcer herunder særligt overnatningsskapaciteten



1 Øget synlighed omkring Fjordlandet som destination for danske og internationale gæster.

Frem mod 2030 skal vi fortsætte med at øge synligheden og dermed kendskabet til Fjordlandet som ferie- og oplevelsesdestination.

Kommende store investeringer i destinationen, som f.eks. Sagnlandet Lejre, Willumsens Museum, Vikingeskibsmuseet og Verdensarvscenter, forbedrer vores allerede stærke oplevelsesprodukt markant. Samtidig vil etableringen af Femern Bælt forbedre adgangen til Fjordlandet for det tyske marked.

Derfor skal vi med afsæt i vores fem nye kernefortællinger fortsat inspirere danske og internationale gæster til at besøge Fjordlandet. Det skal vi gøre gennem målrettede markedsføringskampagner og pressearbejde. Det tyske og hollandske marked vil fortsat være prioriterede internationale markeder.





2

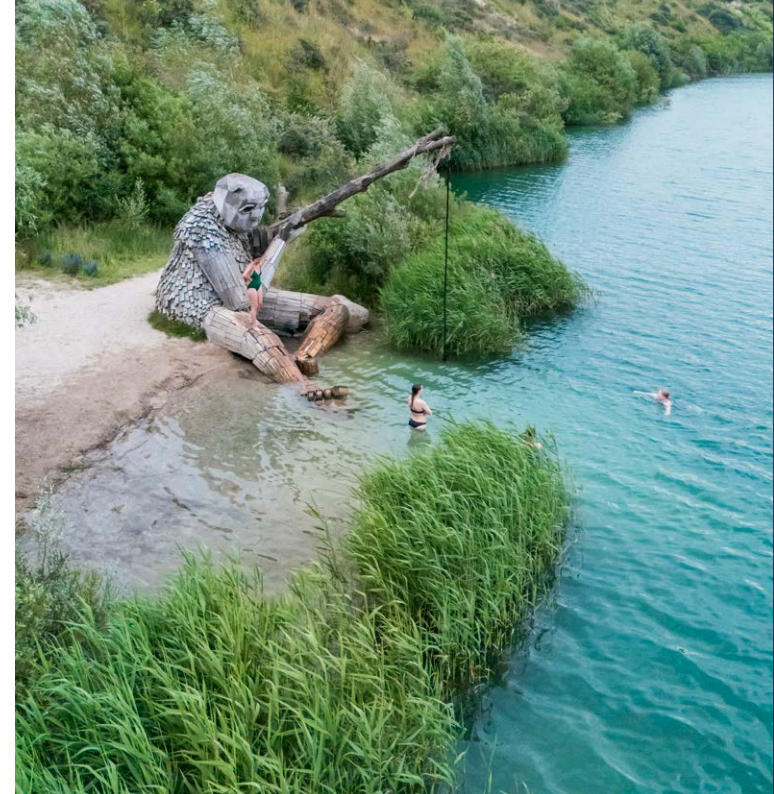
Styrket sammenhæng på tværs af kommuner, aktører og oplevelser gennem forretningsudvikling og kommunikation.

Vi skal fortsat styrke sammenhængen mellem oplevelserne i Fjordlandet. Som destination er vi et sted, hvor vi har etableret et rigtig godt samarbejde med og mellem vores kommuner samt sikret en solid base af turismepartnere - både de helt store attraktioner og de små unikke oplevelser. Vi skal sikre et samarbejde mellem de små og de store med henblik på at give gæsterne en sammenhængende oplevelse af destinationen. Det skal vi gøre gennem digital og fysisk kommunikation. Vi skal derudover arbejde med samarbejdet og sammenhængen i nye udviklingsprojekter, samle aktørerne i netværk samt dele relevant viden. Vi skal binde vores destination bedre sammen gennem kommunikation med udgangspunkt i vores fem kernefortællinger.

3

Udnyttelse af nærheden til København med henblik på at tiltrække de internationale gæster og lokale fra hele hovedstadsområdet.

København er en meget attraktiv destination for internationale og danske gæster, og samtidig bor der rigtig mange mennesker i hovedstadsområdet, som er målgruppe for de mange oplevelser i Fjordlandet. Vi har en strategisk fordel i at tilbyde københavnere store oplevelser indenfor kun 30-60 minutters kørsel fra Københavns Hovedbanegård. Derfor vil vi frem mod 2030 have et fokus på synlighed i København – både gennem markedsføringstiltag og udviklingsprojekter i samarbejde med Wonderful Copenhagen og Copenhagen Visitor Service. Derudover vil vi i denne strategiperiode udvikle nye tiltag med henblik på at inspirere mødeturister til alternative mødesteder i vores område. Det vil vi gøre gennem et samarbejde i udviklingsselskabet MeetDenmark.



4

Inspirere sommerhusgæster og lokale til flere lokale oplevelser.

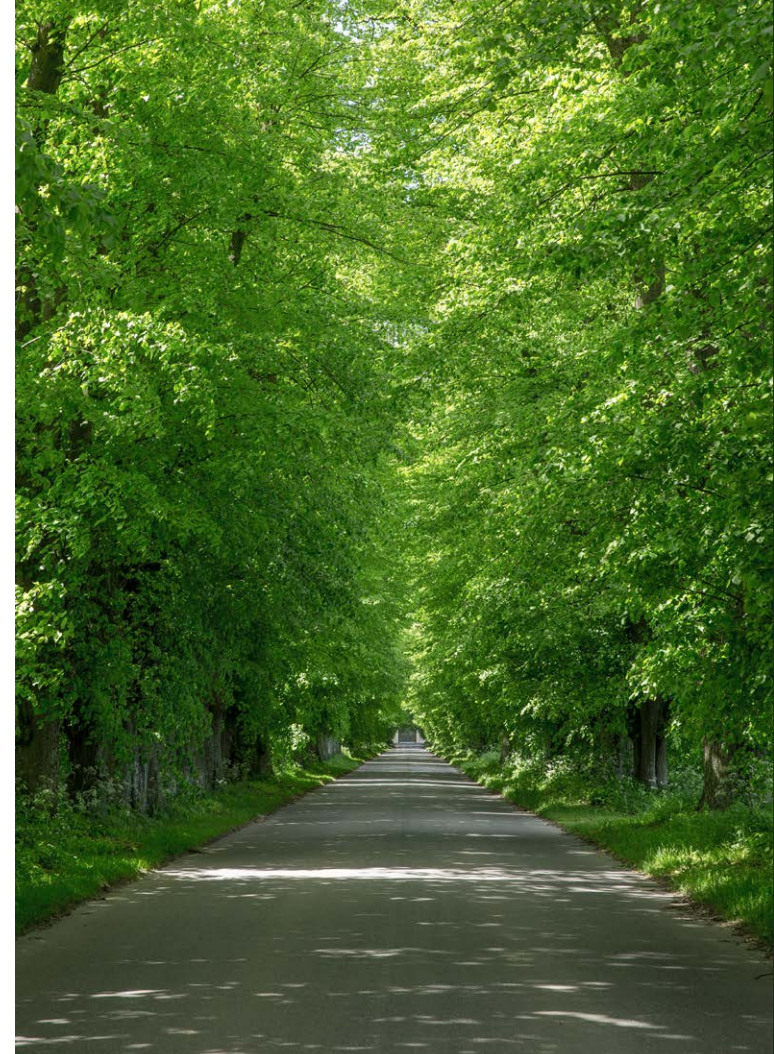
Sommerhusgæster og de lokale i Roskilde, Lejre og Frederikssund vil fortsat være en vigtig målgruppe for Fjordlandets indsatser. Både i forhold til synliggørelse af områdets mange tilbud, og i forhold til inddragelse af deres behov i udviklingsprojekter med henblik på at sikre lokal forankring og bæredygtighed. Ved at synliggøre de mange attraktive oplevelsestilbud i Fjordlandet bidrager vi også indirekte til kommunernes bosætningsstrategi.



5

Fokus på ydersæsoner for at optimere udnyttelsen af ressourcer herunder særligt overnatningskapaciteten.

Der vil fortsat være en stor uudnyttet kapacitet på overnatningssteder, attraktioner og spisesteder udenfor sommersæsonen. Derfor vil vi have stort fokus på månederne omkring sommeren, dvs. april-maj og september-oktober, i alle vores indsatser frem mod 2030 – fra kommunikations- og markedsføringsindsatser til de længerevarende udviklingsprojekter. Dette fokus vil gælde for alle målgrupper.





Fjordlandet i tal

Strategien for Destination Fjordlandet er baseret på input fra vores mange samarbejdspartnere og data fra VisitDenmark, som giver et billede af destinationens styrker og udviklingsmuligheder.

Tallene viser særligt, at Fjordlandet er en relativt lille destination målt på overnatninger, men at vi er en destination rig på store og små oplevelser, som tiltrækker mange endagsgæster.

VisitDenmark har i 2022 ændret i metoden for opgørelse af turismeforbrug. En række kilder er blevet opdateret, og der er foretaget korrektioner og metodeændringer i modellen. Derfor er tallene for turismeforbrug og dermed jobskabelse fra 2019 og frem justeret og kan ikke sammenlignes med tal fra rapporter udgivet før 2024.



Overnatninger og markeder (2023):



435.000

overnatninger i alt i 2023

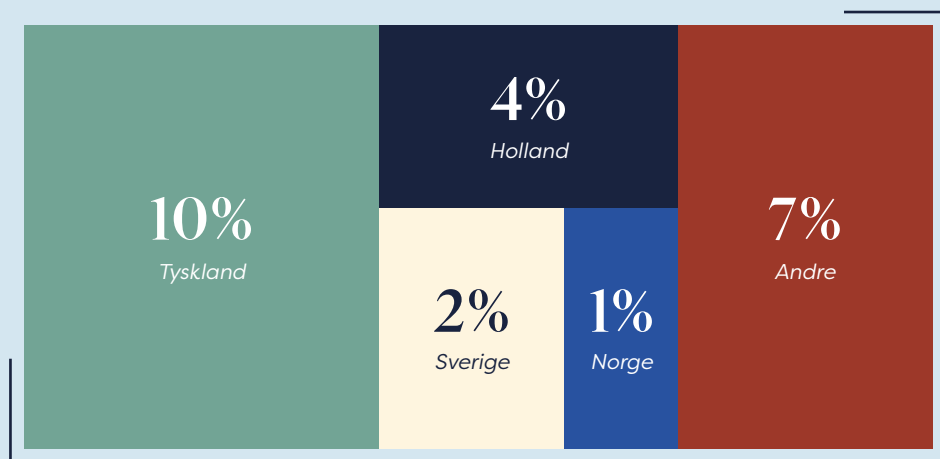


**Fordeling af Fjordlandets overnatninger
på danske og internationale gæster**

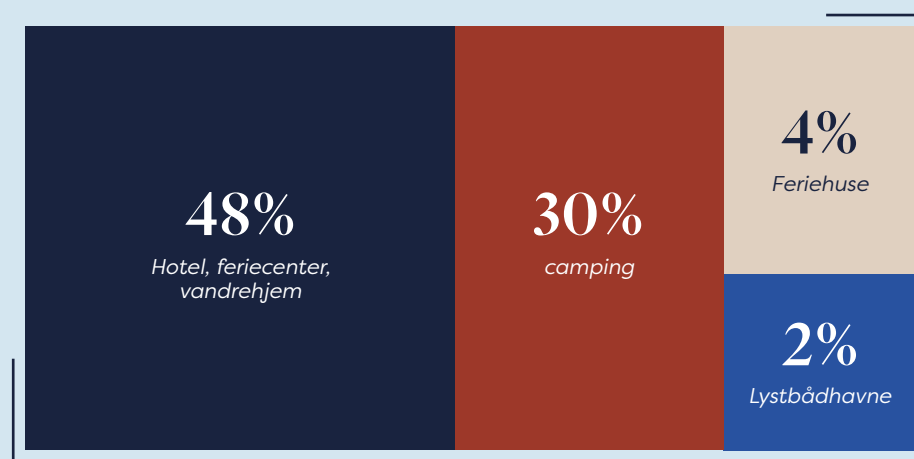




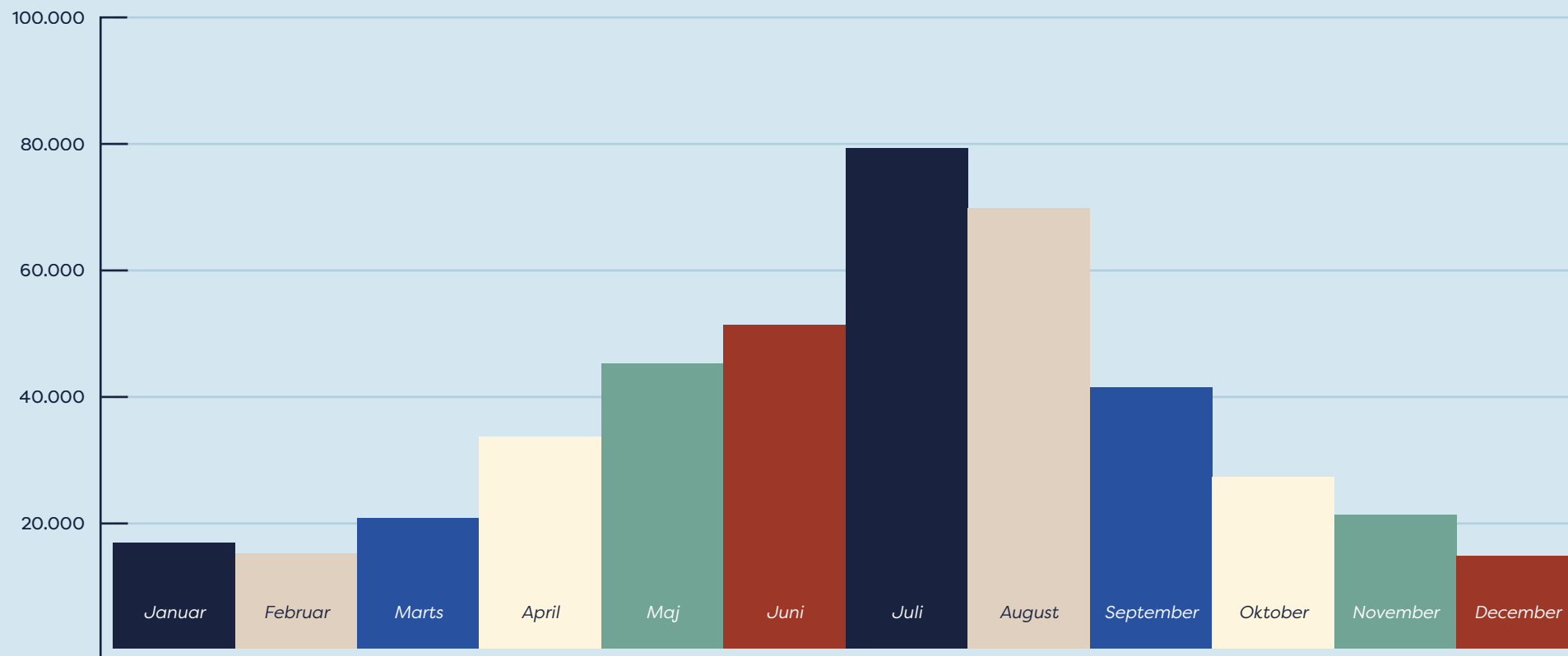
De største internationale markeder (andel af Fjordlandets overnatninger)



Hvordan overnatter gæsterne



Fordelingen af overnatninger i Fjordlandet 2023



Omsætning og jobskabelse (2022)



Turismeomsætning i hele Fjordlandet i 2022

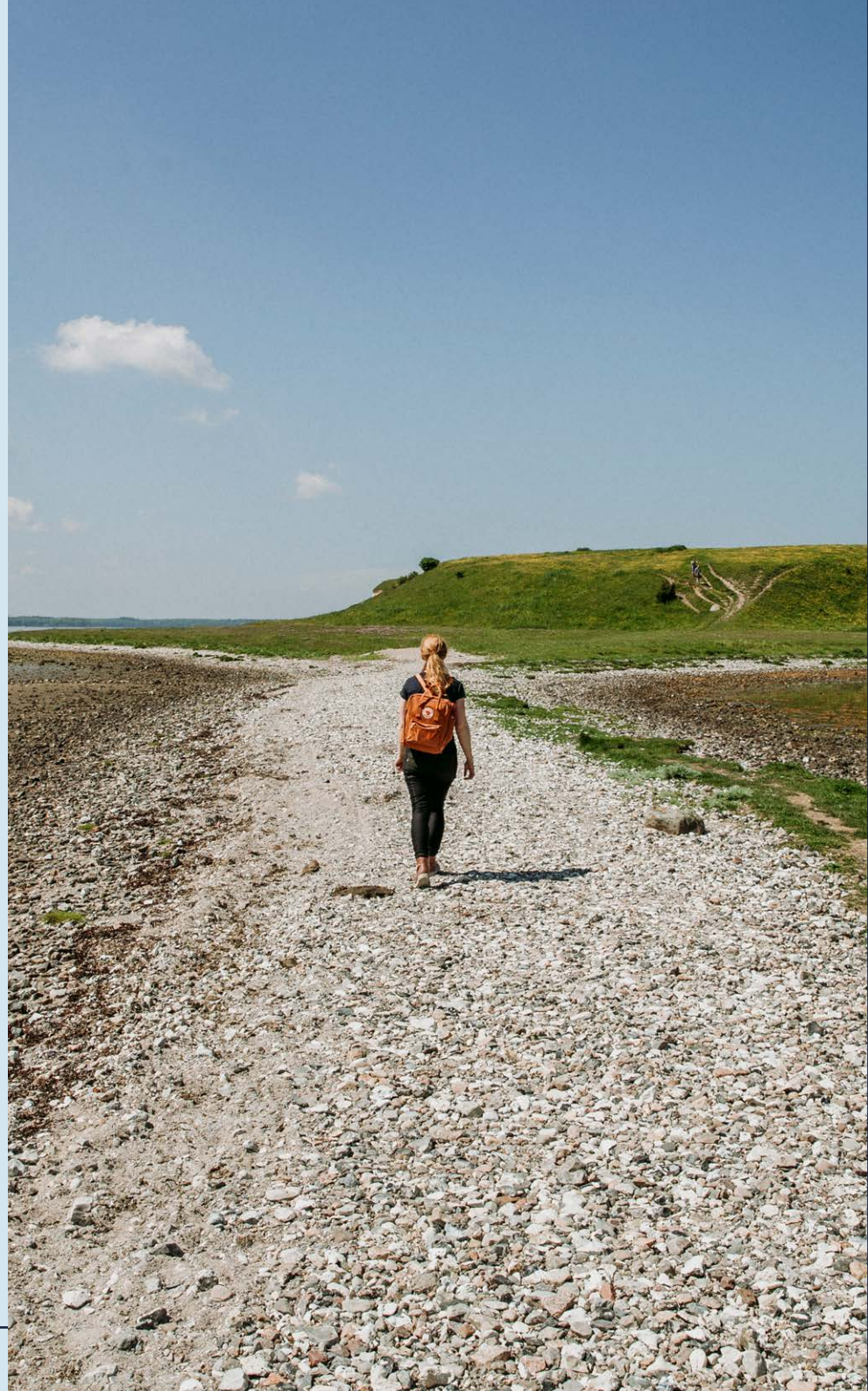
2,745 mia. kr.

Turismeomsætning fordelt på Fjordlandets kommuner:

1,629
Roskilde

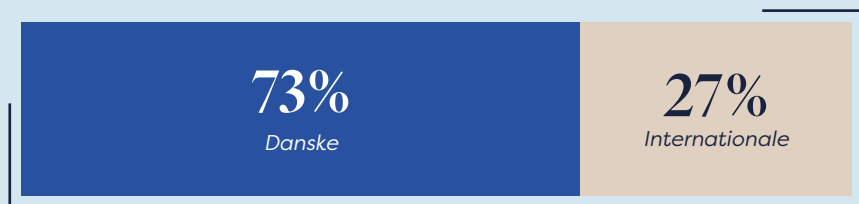
0,846
Frederikssund

0,278
Lejre





Fordeling af turismeforbruget på danske og internationale gæster:



Fordeling af turismeforbruget på feriegæster og endagsgæster (ikke-kommercielle overnatninger):



Fordeling af turismeforbrug på ferieturister og forretningsrejsende





Fuldtidsjobs i Destination Fjordlandet i 2022

2.725 fuldtidsjob

1.629
Roskilde

823
Frederikssund

273
Lejre





”

Fjordlandets turismevirksomheder, kulturinstitutioner, politikere og ikke mindst borgere har været centrale aktører med uæstuelige inputs til strategiens retning. Mange tak for alle de mange konstruktive bidrag, som har dannet hele grundlaget for vores arbejde.



visit
FJØRDLANDET