

# Ny kampagne skal få flere danskere til at opleve Fjordlandet

**Fjordlandet er med i en stor landsdækkende kampagne, som skal få flere danskere til at holde ferie i Danmark og lægge deres feriebudget herhjemme. Under overskriften ”Meget mere end bare Danmark” skal danskerne dele deres bedste tips og feriesteder i Danmark. Kampagnen har et samlet budget på 21 mio. kr. og lanceres i dag torsdag.**

Som følge af den manglende udenlandske turisme på grund af corona-krisen er de store offentlige aktører i dansk turisme gået sammen om en fælles kampagne for at få danskerne til at holde ferie i Danmark i år.

”Efter syv års vækst i dansk turisme, kommer smittefaren fra corona-virus desværre til at betyde at 2020 bliver et hårdt år for dansk turisme. Vi kommer til at se færre udenlandske turister i år og derfor er jeg glad for, at vi har kunnet samle så mange aktører i dansk turisme om en fælles indsats for at få danskerne til at bruge deres feriebudget herhjemme i Danmark i år,” siger Erhvervsminister Simon Kollerup.

Tal fra Danmarks Statistik viser, at antallet af danskere, der holder ferie i Danmark, er steget de senere år. Det er med andre ord blevet mere populært at holde ferie i Danmark, men der er fortsat cirka 40 procent af danskerne, der stadig ikke holder ferie herhjemme, viser tal fra VisitDenmark. Der er med andre ord stadig et stort potentiale i markedet.

”Man hører ofte: ”Vi skal bare holde ferie i Danmark”. Den talemåde bliver der gjort op med i kampagnen. Vi vil gerne have så mange borgere i vores område til at dele deres bedste feriesteder og tips med resten af Danmark på de sociale medier og ved at sende fotos og videoer ind til en kampagnesite,” siger Thomas Kær Mahler, Projektchef i VisitFjordlandet og fortsætter:

”Lokalt er vi i fuld gang med at markedsføre vores destination Fjordlandet. Faktisk har vi været i gang siden medio maj med at synliggøre og markedsføre vores destination både digitalt og i store danske dagblade – og vi kan se, at der er en rigtig stor interesse for vores område – siden medio maj har vi haft mange flere besøge på hjemmesiden. Vores markedsføring fremover kommer i højre grad til at spille sammen med den nationale kampagne, så vi udnytter den fælles synergi mellem det nationale og det lokale”.

Kampagnen “Meget mere end bare Danmark” henvender sig til de danskere, som normalt ikke plejer at holde ferie i Danmark, og bliver opfordret til at genopdage hjemlandet og ikke tage Danmark for givet.

”Det kan godt være, vi er et lille land, men vi er jo kæmpestore, når det kommer til unikke ferieoplevelser. Og det sammenhold, vi har vist hinanden under corona-krisen, skal vi også inkludere turismeerhvervet herhjemme i, for erhvervet har i dén grad brug for vores opbakning og støtte. Så tag nu og book den der overnatning i det hjørne af Danmark, I så længe har talt om, I gerne ville se. Læg allerede nu en reservation på et bord på den der restaurant, der er hele køreturen værd. Og gør sommeren 2020 til det år, hvor I får første gang fik besøgt nogle af alle vores nye og eksperimenterende museer og turistattraktioner” siger Simon Kollerup.

Kampagnen vil køre på både nationalt, regionalt og lokalt plan i perioden fra den 28. maj til 31. juli og igen fra den 15. august til den 15. september.

Bag kampagnen står 19 danske destinationer, Brancheforeningen Danske Destinationer, Dansk Kyst- og Naturturisme, Dansk Storbyturisme og VisitDenmark, som i alt har samlet 10,7 mio. kr. sammen til formålet. Erhvervsfremmebestyrelsen har yderligere bevilliget 10,3 mio. kr.

Læs mere på: <https://www.megetmereendbare.dk/>

**For yderligere oplysninger:**

- VisitFjordlandet – Projektchef Thomas Kær Mahler, til. 29371187 / [thomas@visitfjordlandet.dk](mailto:thomas@visitfjordlandet.dk)
- For spørgsmål til erhvervsminister Simon Kollerup kan du kontakte presserådgiver Ditte Vibe Petersen, Erhvervsministeriet, tlf. 91337097 / [divipe@em.dk](mailto:divipe@em.dk).