

Til pressen
16. maj 2011

VisitDenmarks nye organisation styrker rammerne for den internationale markedsføring

Målet om igen at få vækst i dansk turisme ved at trække flere udenlandske ferie- og erhvervsturister til Danmark bliver fokus for alle VisitDenmarks aktiviteter, når VisitDenmark den 1. juni 2011 ændrer sin organisation.

VisitDenmark har med Lov om VisitDenmark fået ansvaret for den internationale markedsføring af Danmark som rejsemål. Samtidig er konkurrencen om de internationale ferie- og erhvervsturister skærpet. Derfor gennemfører VisitDenmark ændringer i organisationen - bl.a. etableres en enhed for Strategisk Marketing og en enhed for Forretningsudvikling.

Målet er at få flere gæster til at holde ferie i Danmark. Derfor skal indsatsen basere sig på et solidt videngrundlag og foregå i et tæt samarbejde med partnere, så markedsføringen kan få den størst mulige gennemslagskraft på de prioriterede internationale markeder.

- Mængden af kommunikation eksploderer, og det stiller nye krav til den måde, Danmark skal markedsføres på. Vi skal derfor nytænke vores tilgang til markedsføringen, så vi matcher turisternes behov og skaber 'sustainable love' til Danmark. Med den nye organisation har vi skabt de fremtidige rammer for at løse denne opgave, siger adm. direktør Jan Olsen, VisitDenmark.

I den nye organisation samles og styrkes de faglige kompetencer inden for marketing, analyse, presse samt forretningsudvikling og samtidig skabes en enkel struktur med klare mål og ansvarsområder.

For at skærpe fokus på markedsføringen og prioritere flest mulige midler til markedsføringsindsatsen effektiviseres organisationen og reduceres med i alt syv årsværk. Siden 2009 har VisitDenmark således i alt reduceret organisationen med 21 årsværk.

De væsentlige ændringer i organisationen

VisitDenmarks organisation på hovedkontoret i København består nu af fire enheder: Strategisk Marketing, Forretningsudvikling, Viden og Analyse og Kommunikation og Presse.

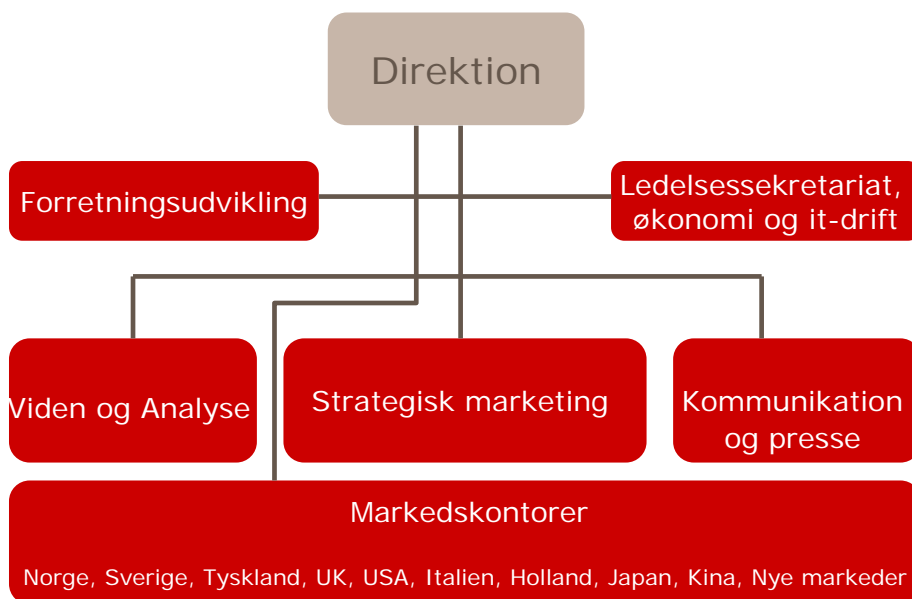
Den største ændring består i, at der etableres en ny enhed for Strategisk Marketing, som får ansvaret for at skabe et stærkt Danmarksbrand, udnytte mulighederne i de digitale medier og sikre en målrettet indsats og et stærkt partnersamarbejde om markedsføringen over for de prioriterede målgrupper internationalt. Janne Henriksen bliver leder enheden for Strategisk Marketing, og hun tiltræder den 1. juni 2011. Hun har en stærk marketingprofil og solid baggrund fra bureauverdenen senest fra Saatchi & Saatchi.

Enheden for Strategisk Marketing skal sammen med Viden og Analyse og Kommunikation og Presse understøtte VisitDenmarks markedskontorer i Norge, Sverige, Tyskland, Storbritannien, Italien, Holland, USA, Japan og Kina, der med et stærkt lokalt netværk og markedskendskab udvikler og gennemfører markedsføringsaktiviteterne. Samtidig fastholdes indsatsen på vækstmarkeder som Brasilien, Spanien, Australien og Rusland.

For at sikre at VisitDenmark hele tiden er på forkant med de nye markedsmuligheder for dansk turisme, etableres en ny *enhed for Forretningsudvikling*. Enheden får dels til opgave at udnytte turismepotentialet for Danmark i fremtidige store begivenheder inden for sport, kultur og politik, dels at sikre at VisitDenmark går foran og udvikler nye innovative markedsføringsprojekter med nye finansieringskilder i samarbejde med private og offentlige aktører.

Ændringerne træder i kraft den 1. juni 2011.

VisitDenmarks organisation pr. 1. juni 2011



Yderligere information

Adm. direktør Jan Olsen, mobil 40 25 73 95 eller viceadm. direktør Lars Erik Jønsson 20 66 68 21.