

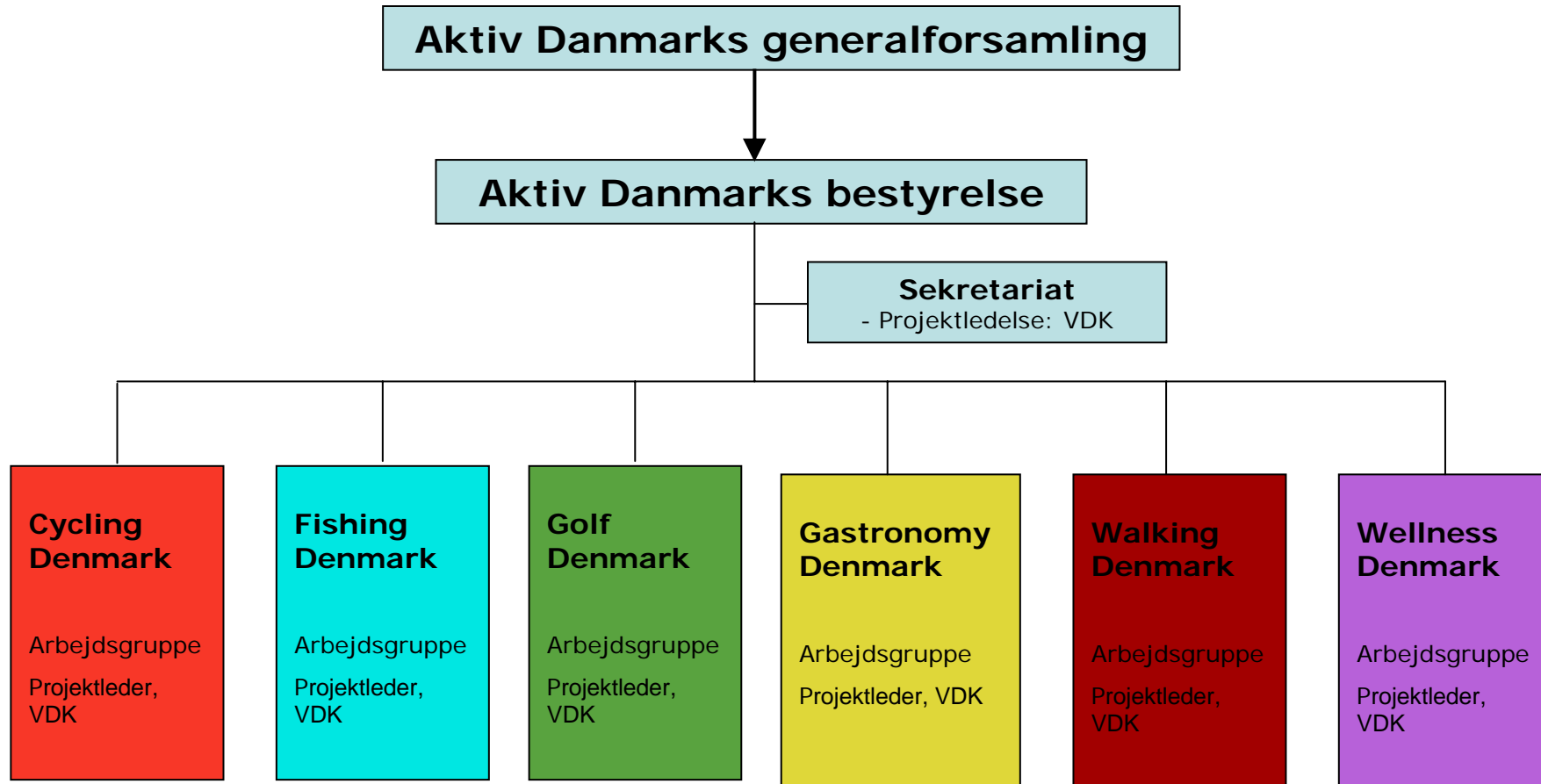
Aktiv Danmark



Kort om Aktiv Danmark

- Aktiv Danmark er en national kvalitetsmærkeordning, som sikrer kvalitet og oplevelser til danske og udenlandske feriegæster, som efterspørger og dyrker aktiv ferie. Det sker i tæt samarbejde med Aktiv Danmarks medlemmer, ca. 410 virksomheder inden for oplevelsestemaerne cykel, lystfiskeri, gastronomi, golf, vandring og wellness.
- Aktiv Danmark er en forening, hvor medlemmerne har mulighed for stor indflydelse. Medlemmerne tager de overordnede beslutninger og vælger bestyrelsen på Aktiv Danmarks generalforsamling. Aktiv Danmarks bestyrelse sørger for at skabe sammenhæng og udvikling på tværs af temaerne. Men den største og vigtigste del af arbejdet udføres i temagrupperne, som har ansvaret for handlingsplaner, budget og temabearbejdningen.
- Aktiv Danmark har sekretariat hos VisitDenmark.
- Aktiv Danmark bearbejder primært marked Danmark, Sverige, Norge, Tyskland og Holland i tæt samarbejde med VisitDenmark.

Foreningen Aktiv Danmark



Hvad er vi til for?

Mission

Aktiv Danmark skal udvikle og implementere **service- og kvalitetskoncepter**, der kan være styrende for en langsigtet, landsdækkende **produkt- og kompetenceudvikling, markedsføring og salg** af temaferie i dansk turisme.

Aktiv Danmark danner den **struktur**, som enkeltvirksomheder, organisationer og netværk kan læne sig opad.

Hvor vil vi hen?

Vision

I 2011 skal Danmark være kendt som destinationen i Nordeuropa med den bedste **service, kvalitet og tilgængelighed** af de oplevelsestemaer, som aktive livsnydere prioriterer, og hvor Danmark har en styrkeposition.

Det gør Aktiv Danmark med fokus på **passion, velvære og aktiv livsstil**.

Aktiv Danmarks strategiske indsatsområder

- Salg & markedsføring
- Produkt- og kompetenceudvikling
- Medlemmer

Aktiv Danmarks succeskriterier

- En anerkendt og national kvalitetsmærkeordning
- Bred opbakning fra erhvervet
- Mange medlemmer fordelt over hele landet
- Initiativtager til nye temaer
- Kvalitetssikring og produktudvikling af det danske turistprodukt inden for temaerne
- Synlighed/genkendelighed af logoerne

Cykelstrategi 2009 – 2011



Salg og markedsføring

Markedsføring

- visitdenmark.com/cycling
- Cykelmagasin
- Cykelinfopakke
- Tilbudssite
- Digitalt oplevelseskort
- Pressebearbejdning
- Omtale i VDK aktiviteter
- Messer i DK, DE, NL + NO
- Annoncering i DK, NO, TY + NL
- Konsumentnyhedsbreve
- Aktiv Danmark aktiviteter

Salgsplatform

- Online booking
- Salgsportal

Produkt- og kompetenceudvikling

Udviklingsplatform

- Kvalitetsudvikling
- Mærkeordning + kontrol
- Kompetenceudvikling (erfa)
- Udvikling af salgsbare oplevelser

Temaviden

- Målgruppeanalyser
- Ekspertviden inden for temaet

Salg af kompetencer

- Kurser
- Konsulentytelser (foredrag)

Medlemmer

- www.aktivdanmark.dk/cycling
- Hvervning
- Medlemsmøder
- Besøg hos medlemmer
- Nyhedsbreve
- Tilfredshedsundersøgelser



Cycling Denmarks målsætninger

	2009	2011
Salg og Markedsføring	<ul style="list-style-type: none">• 2000 nyhedsbrevsmottagere• 6 konsument-nyhedsbreve• Omtale i mindst 20 danske medier• Salg af markedsføringsaktiviteter (700.000 kr.)• Cykelfolder 2009• Øget besøgstal på portalen• 2 presseture• 6 pressemeddelelser• Messedeltagelse i DK +NO + NL (+ evt. DE)• Effektmåling af markedsføring/cykelmagasin	<ul style="list-style-type: none">• 10.000 nyhedsbrevsmottagere• 6 konsument-nyhedsbreve• Omtale i mindst 40 danske medier• Salg af markedsføringsaktiviteter for 900.000 kr.• Øget besøgstal på portalen (• 2-3 presseture• 6 pressemeddelelser• Messedeltagelse• Salgsbare cykeloplevelser (online)• Effektmåling af markedsføring/cykelmagasin
Produkt og Kompetenceudvikling	<ul style="list-style-type: none">• 2 eksterne oplægsholdere ved medlemsmøder• Kontrol og kvalitetsudvikling• Cykelanalyse	<ul style="list-style-type: none">• Eksterne oplægsholdere ved medlemsmøder• Kontrol og kvalitetsudvikling• Cykelanalyse
Medlemmer	<ul style="list-style-type: none">• 150 medlemmer• øget medlemstilfredshed• 4 nyhedsbreve til medlemmer	<ul style="list-style-type: none">• 200 medlemmer• Øget medlemstilfredshed (80%)• 4-6 nyhedsbreve til medlemmer



Lystfiskestrategi 2009 – 2011

Salg og markedsføring

Markedsføring

- www.visitdenmark.com/fishing
- Digitalt oplevelseskort
- Pressebearbejdning
- Omtale i VDK aktiviteter
- Annoncering i DK, TY + NL
- Konsumentnyhedsbreve
- Aktiv Danmark aktiviteter

Salgsplatform

- Online booking
- Salgsportal

Produkt- og kompetenceudvikling

Udviklingsplatform

- Kvalitetsudvikling
- Mærkeordning + Kontrol
- Kompetenceudvikling (erfa)
- Udvikling af salgsbare oplevelser

Temaviden

- Lystifisker-analyser
- Kursus for fiskeguider
- Ekspertviden inden for temaet

Salg af kompetencer

- Kurser
- Konsulentytelser (foredrag)

Medlemmer

- www.aktivdanmark.dk/fishing
- Hvervning
- Medlemsmøder
- Nyhedsbreve
- Besøg hos medlemmer
- Tilfredshedsundersøgelser



Fishing Denmarks målsætninger

	2009	2011
Salg og Markedsføring	<ul style="list-style-type: none">• 500 nyhedsbrevsmodtagere• 6 konsument-nyhedsbreve• Fishing Denmark folder 2009• Omtale i mindst 10 danske medier• Salg af markedsføringsaktiviteter for 100.000 kr.• Øget besøgstal på portalen• 2 presseture• 6 pressemeddelelser• Messedeltagelse i DK og DE	<ul style="list-style-type: none">• 1000 nyhedsbrevsmodtagere• 6 konsument-nyhedsbreve• Fishing Denmark-folder• Omtale i mindst 20 danske medier• Salg af markedsføringsaktiviteter for 500.000 kr. (inkl. brochurer)• Øget besøgstal på portalen• 2-3 presseture• 6-8 pressemeddelelser• Messedeltagelse• Salgsbare lystfiskeroplevelser (online)
Produkt og Kompetenceudvikling	<ul style="list-style-type: none">• 3 eksterne oplægsholdere ved medlemsmøder• Kontrol og kvalitetsudvikling• Lystfiskeranalyse	<ul style="list-style-type: none">• Udbyder af diverse seminarer• Eksterne oplægsholdere ved medlemsmøder• Studietur• Kontrol og kvalitetsudvikling• Lystfiskeranalyse
Medlemmer	<ul style="list-style-type: none">• 76 medlemmer• Øget medlemstilfredshed• 4 nyhedsbreve til medlemmer	<ul style="list-style-type: none">• 125 medlemmer• Øget medlemstilfredshed (75%)• 4-6 nyhedsbreve til medlemmer



Gastronomistrategi 2009 – 2011



Salg og markedsføring

Markedsføring

- Visitdenmark.com/gastronomy
- Tilbudssite
- Digitalt oplevelseskort
- Pressebearbejdning
- Omtale i VDK aktiviteter
- Messedeltagelse i DK
- Konsumentnyhedsbreve
- Aktiv Danmark aktiviteter

Salgsplatform

- Online booking
- Salgsportal

Produkt- og kompetenceudvikling

Udviklingsplatform

- Kvalitetsudvikling
- Mærkeordning + kontrol
- Kompetenceudvikling (erfa)
- Udvikling af salgsbare oplevelser

Temaviden

- Gastronomi-analyser
- Målgruppeanalyser
- Ekspertviden inden for temaet

Salg af kompetencer

- Kurser
- Konsulentytelser (foredrag)

Medlemmer

- Aktivdanmark.dk/gastronomy
- Hvervning
- Medlemsmøder
- Nyhedsbreve
- Tilfredshedsundersøgelser



Gastronomy Denmarks målsætninger

	2009	2011
Salg og Markedsføring	<ul style="list-style-type: none">• 600 nyhedsbrevsmodtagere• 4 konsument-nyhedsbreve• Omtale i mindst 30 danske medier• Salg af markedsføringsaktiviteter for 50.000 kr.• Gastronomi folder 2009• Øget besøgstal på portalen• 2 presseture• 6 pressemeddelelser• Messedeltagelse og deltagelse på gastronomiske events i DK	<ul style="list-style-type: none">• 2000 nyhedsbrevsmodtagere• 4 konsument-nyhedsbreve• Omtale i mindst 50 danske medier• Salg af markedsføringsaktiviteter for 250.000 kr.• Gastronomi folder 2011• Øget besøgstal på portalen (8.000 per måned)• 2-3 presseture• 6-8 pressemeddelelser• Messe/gastro events DK, SE og NO• Salgsbare gastronomiooplevelser (online)
Produkt og Kompetenceudvikling	<ul style="list-style-type: none">• Workshop• Kontrol og kvalitetsudvikling• Gastronomianalyse	<ul style="list-style-type: none">• Workshop• Eksterne oplægsholdere ved medlemsmøder• Kontrol og kvalitetsudvikling• Gastronomianalyse
Medlemmer	<ul style="list-style-type: none">• 70 medlemmer + 15 producenter• øget medlemstilfredshed• 4 nyhedsbreve til medlemmer	<ul style="list-style-type: none">• 100 restauranter + 30 producenter• øget medlemstilfredshed (85%)• 4-6 nyhedsbreve til medlemmer

Golfstrategi 2009 – 2011



Salg og markedsføring

Markedsføring

- www.visitdenmark.com/golf
- Tilbudssite
- digitalt oplevelseskort
- Pressebearbejdning
- Omtale i VDK aktiviteter
- Messer i DK, NO, TY, SE
- Annoncering i DK, NO, SE, TY
- Konsumentnyhedsbreve
- Aktiv Danmark aktiviteter

Salgsplatform

- Online booking
- Salgsportal

Produkt- og kompetenceudvikling

Udviklingsplatform

- Kvalitetsudvikling
- Mærkeordning + kontrol
- Kompetenceudvikling (erfa)
- Udvikling af salgsbare oplevelser

Temaviden

- Golf-analyser
- Målgruppeanalyser
- Ekspertviden inden for temaet

Salg af kompetencer

- Kurser
- Konsulentytelser (foredrag)

Medlemmer

- www.aktivdanmark.dk/golf
- Hvervning
- Medlemsmøder
- Nyhedsbreve
- Tilfredshedsundersøgelser



Golf Danmarks målsætninger

	2009	2011
Salg og Markedsføring	<ul style="list-style-type: none">• 3000 nyhedsbrevsmodtagere• 6 konsument-nyhedsbreve• Omtale i mindst 40 danske medier• Salg af markedsføringsaktiviteter for 100.000 kr.• Wellness folder 2009• Øget besøgstal på portalen• 2 presseture• 5 pressemeddelelser• Messedeltagelse i DK +NO	<ul style="list-style-type: none">• 6000 nyhedsbrevsmodtagere• 6 konsument-nyhedsbreve• Omtale i mindst 70 danske medier• Salg af markedsføringsaktiviteter for 600.000 kr.• Golf folder 2011• Øget besøgstal på portalen (6.000 per måned)• 2 presseture• 6-8 pressemeddelelser• Messedeltagelse• Salgsbare golfoplevelser (online)
Produkt og Kompetenceudvikling	<ul style="list-style-type: none">• Workshop• Kontrol og kvalitetsudvikling• Golfanalyse	<ul style="list-style-type: none">• Workshop• Eksterne oplægsholdere ved medlemsmøder• Kontrol og kvalitetsudvikling• Golfanalyse
Medlemmer	<ul style="list-style-type: none">• 140 medlemmer• øget medlemstilfredshed• 4 nyhedsbreve til medlemmer	<ul style="list-style-type: none">• 180 medlemmer• øget medlemstilfredshed (85%)• 4-6 nyhedsbreve til medlemmer



Vandre strategi 2009 – 2011

Salg og markedsføring

Markedsføring

- www.visitdenmark.com/walking
- Tilbudssite
- Digitalt oplevelseskort
- Pressebearbejdning
- Omtale i VDK-aktiviteter
- Messedeltagelse i DK, DE + NL
- Annoncering i DK, TY, NL
- Konsumentnyhedsbreve
- Aktiv Danmark aktiviteter

Salgsplatform

- Online booking
- Salgsportal

Produkt- og kompetenceudvikling

Udviklingsplatform

- Kvalitetsudvikling
- Mærkeordning + kontrol
- Kompetenceudvikling (erfa)
- Udvikling af salgsbare oplevelser

Temaviden

- Vandre-analyser
- Målgruppeanalyser
- Ekspertviden inden for temaet

Salg af kompetencer

- Kurser
- Konsulentytelser (foredrag)

Medlemmer

- www.aktivdanmark.dk/walking
- Hvervning
- Medlemsmøder
- Nyhedsbreve
- Tilfredshedsundersøgelser



Walking Denmark's målsætninger

	2009 (oplæg)	2011
Salg og Markedsføring	<ul style="list-style-type: none">• 300 nyhedsbrevsmodtagere• 6 konsument-nyhedsbreve• Omtale i mindst 20 danske medier• Salg af markedsføringsaktiviteter for 100.000 kr.• 6 pressemeddelelser• Messedeltagelse i DK+NO+NL + evt. DE	Mål og handlingsplan for 2011 udarbejdes af den kommende tema-arbejdsgruppe.
Produkt og Kompetenceudvikling	<ul style="list-style-type: none">• 2 eksterne oplægsholdere ved medlemsmøder• Kontrol og kvalitetsudvikling	
Medlemmer	<ul style="list-style-type: none">• 40 medlemmer• 4 nyhedsbreve til medlemmer• Handlingsplan for medlemstilfredshed	

Wellness strategi 2009 – 2011



Salg og markedsføring

Markedsføring

- Visitdenmark.com/wellness
- Tilbudssite
- Digitalt oplevelseskort
- Pressebearbejdning
- Omtale i VDK aktiviteter
- Messedeltagelse i DK + NO
- Annoncering i DK, NO, SE, TY
- Konsumentnyhedsbreve
- Tema markedsføring

Salgsplatform

- Online booking
- Salgsportal

Produkt- og kompetenceudvikling

Udviklingsplatform

- Kvalitetsudvikling
- Mærkeordning + kontrol
- Kompetenceudvikling (erfa)
- Udvikling af salgsbare oplevelser

Temaviden

- Wellness-analyser
- Målgruppeanalyser
- Ekspertviden inden for temaet

Salg af kompetencer

- Kurser
- Konsulentytelser (foredrag)

Medlemmer

- Aktivdanmark.dk/wellness
- Hvervning
- Medlemsmøder
- Nyhedsbreve
- Tilfredshedsundersøgelser



Wellness Denmarks målsætninger

	2009	2011
Salg og Markedsføring	<ul style="list-style-type: none">• 3000 nyhedsbrevsmodtagere• 6 konsument-nyhedsbreve• Omtale i mindst 40 danske medier• Salg af markedsføringsaktiviteter for 75.000 kr.• Wellness folder 2009• Øget besøgstal på portalen• 2 presseture• 6 pressemeddelelser• Messedeltagelse i DK +NO	<ul style="list-style-type: none">• 6000 nyhedsbrevsmodtagere• 6 konsument-nyhedsbreve• Omtale i mindst 70 danske medier• Salg af markedsføringsaktiviteter for 200.000 kr.• Wellness folder• Øget besøgstal på portalen (10.000 per måned)• 2-3 presseture• 6-8 pressemeddelelser• Messedeltagelse• Salgsbare wellnessoplevelser (online)
Produkt og Kompetenceudvikling	<ul style="list-style-type: none">• Salg og serviceseminar (40 deltagere)• 3 eksterne oplægsholdere ved medlemsmøder• Studietur• Kontrol og kvalitetsudvikling• Wellnessanalyse	<ul style="list-style-type: none">• Udbyder af diverse seminarer• Eksterne oplægsholdere ved medlemsmøder• Studietur• Kontrol og kvalitetsudvikling• Wellnessanalyse
Medlemmer	<ul style="list-style-type: none">• 50 medlemmer• øget medlemstilfredshed• 4 nyhedsbreve til medlemmer	<ul style="list-style-type: none">• 60 medlemmer• øget medlemstilfredshed (85%)• 4-6 nyhedsbreve til medlemmer

Aktiv Danmark