# Definition af internationale branding- og markedsføringsaktiviteter [1]

VisitDenmarks koordinationsopgave gælder alene for væsentlige aktiviteter relateret til international branding og markedsføring af dansk turisme.

Med væsentlige internationale aktiviteter til branding- og markedsføring af danske turismeprodukter og -oplevelser samt til branding af Danmark som turistmål, menes aktiviteter, der er rettet mod udenlandske turister eller andre internationale turismeaktører. Det kan være aktiviteter i forhold til udenlandske medier, rejseindustri og forbrugere.

Det kan også være planlægning og gennemførelse af større kampagner i udenlandske medier, løbende bearbejdning af rejsearrangører i udlandet og arbejdet med at påvirke og bistå udenlandske medier i udlandet. For eksempel større kampagner rettet mod at skaffe turister til Danmark fra det tyske marked.

Aktiviteter relateret til markedsføring af turismeprodukter og -oplevelser inden for Danmarks grænser - det vil sige markedsføringsaktiviteter rettet mod målgrupper bosat i Danmark - er således ikke omfattet af betingelsen om forudgående koordination.

Forberedende aktiviteter i Danmark relateret til international markedsføring af turismeprodukter og -oplevelser samt til branding af Danmark som turistmål er heller ikke omfattet.

Forberedende aktiviteter foretages typisk af regionale eller kommunale aktører og omfatter eksempelvis ydelse af faglig bistand til udarbejdelse af ansøgninger om værtskaber for konferencer og kongresser, etablering af netværk etc. Det omfatter også det regionale og kommunale modtageapparat for turisme, fx modtagelse og rundvisning af internationale medier og rejsevirksomheder.

VisitDenmark vil dog opfordre til, at alle aktører, der ønsker at igangsætte en større forberedende indsats, tager kontakt til VisitDenmark med henblik på at sikre synergi og maksimal effekt af indsatsen.