

# STEDSANALYSE: SKAGEN – KVALITET I SÆRKLASSE ÅRET RUNDT

## Et af dansk turismes stærkeste brands

Med sin særlige historie, unikke placering og markante identitet er Skagen et af dansk turismes stærkeste brands.

Lyset i Skagen er særligt – et fænomen, der har præget områdets kultur og historie gennem tiderne. Den kunstneriske kulturarv kombineret med byens stærke tilknytning til havet præger stadig byens attraktioner, byrum og den levende kultur i dag.

I Skagen findes der kulturoplevelser på højt niveau, en velbevaret, autentisk bymidte samt naturoplevelser der indbyder til fordybelse. Byen har overnatnings- og spisemuligheder i høj kvalitet, og det lokale erhvervsliv skaber liv og velbesøgte events.

Skagens kvaliteter har potentiale til at række langt ud over sommersæsonen. Naturens muligheder, det aktive kulturliv og byens stærke identitet skaber et solidt fundament for udvikling som helårsdestination.

Skagens særlige styrke er samspillet mellem kulturliv, bymiljø, strande, havet, havnen og den nærliggende natur. Her lever traditionerne og nostalgien, men kan Skagen holde trit med tidens trends og turisternes behov?

### POTENTIALER

- Skagen fornyer sig og rebrander sig selv
- Oplevelsesprofil 2.0
- Skagen som helårsdestination, 70-30%, gennem helårsbaserede oplevelser og events
- Tiltrækning af købestærke, kvalitetsbevidste leisureregæster med fokus på naturoplevelser, kunst, kultur, musik og gastronomi
- Naturen i højsædet
- Bedre langsigtet samarbejdsindsats ml. private og offentlige aktører
- Det nye Maskinrum rummer stort potentiale

### UDFORDRINGER

- Sæsonturisme
- Brand udfordret grundet tidligere storytelling, livsstil og den nye tidsånd
- Historien om Skagen for de "rige"/dekadente/"Uge 29"-gæster = ikke længere attraktiv
- "Debranding?" ekskludering af den egentlige ønskværdige, kvalitetsbevidste målgruppe
- Matcher ikke den identitet, som Skagens aktører selv ønsker at associeres med

### FORSLAG TIL UDVIKLINGSINDSATSER:

- Oplevelses- og produktudvikling inden for helårsbaserede events og attraktioner (fx juleprojekt/events + nyt Maskinrum/attraktion)
- Understøttelse af de mange igangværende indsatser
- Fortsat at sikre, at overnatningskapaciteten lever op til den kvalitet, som efterspørges
- At udvikle og fremtidssikre Skagens brand især i sårbare perioder (såsom sommeren) gennem produktudvikling, events, aktiviteter og markedsføring, som understøtter og understreger Skagens ønskede identitet

### VIL DU VIDE MERE?

Kontakt Business Developer,  
Julie Holm Nielsen på  
[jn@destination-nord.dk](mailto:jn@destination-nord.dk)  
eller på 20888170

