

Stillings- og personprofil

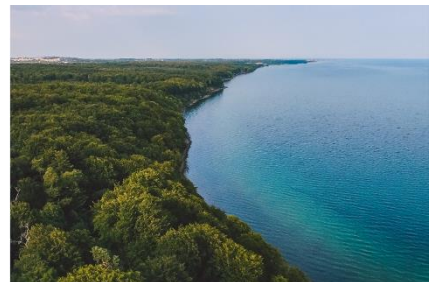
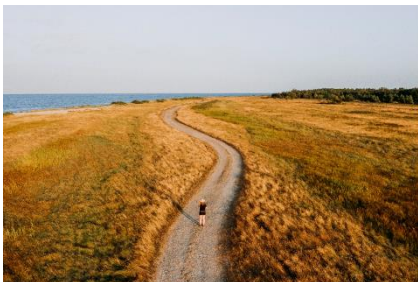
# Destination **Kystlandet**

## Direktør

Destination Kystlandet

Hedensted Kommune, Horsens Kommune og Odder Kommune

Oktober 2024



<b>Opdragsgiver</b>	Hedensted, Horsens og Odder Kommuner
<b>Adresse</b>	Destination Kystlandet Fussingsvej 8 8700 Horsens
<b>Stilling</b>	Direktør
<b>Refererer til</b>	Bestyrelsen
<b>Ansættelsesforhold</b>	Ansættelsen sker på kontrakt på attraktive vilkår.  Tiltrædelse: 1. december 2024
<b>Yderligere oplysninger</b>	Kontakt gerne:  Morten Møller, sekretariatschef, Odder Kommune Telefon: 30 93 90 20  Chris E. Petersen, MUUSMANN Telefon: 81 71 75 16  Se Destination Kystlandets hjemmeside: <a href="http://www.kystlandet.dk">www.kystlandet.dk</a>
<b>Ansøgningsfrist</b>	20. oktober 2024  Søg stillingen på <a href="http://www.muusmann.com/stillinger">www.muusmann.com/stillinger</a>
<b>Processens forløb</b>	Der er planlagt følgende forløb for rekrutteringen, som ansøgere bedes notere, idet der ikke kan påregnes afvigelser herfra.  1. samtaler:           Torsdag den 24. oktober 2024 Test:                   Fredag den 25. oktober 2024 2. samtaler:           Onsdag den 30. oktober 2024

Fotokreditering: Sarah Green, David Jervidal, Morten Kristiansen

## Indledning

Destination Kystlandet søger en ny direktør til at drive udviklingen af turismen i det østjyske kystland.

Destination Kystlandet ejes af Hedensted Kommune, Horsens Kommune og Odder Kommune og har til formål at udfolde og skabe en fokuseret og ansvarlig turismeudviklingsindsats i det fællesskab, som de tre ejerkommuner har skabt.

Med 266 km. kyst, dybe skove, bløde bakker og smukke søer byder Kystlandet på storslåede naturoplevelser, og hvis det er kulturen, der trækker, er Kystlandet naturligvis også leveringsdygtig.

Kystlandet er en charmerende, lille feriedestination i hjertet af Danmark med fokus på **slow travel**. Tingene går ikke så stærkt, men det er netop dét, der gør, at man hurtigt sænker skuldrene. På øerne i **Det Østjyske Øhav** er tidevandene et naturligt ur. Her kan man bare se på stjerner eller kaminer og have det rart, og i én af **havnebyerne** kan man tage en slentretur med en frisk brise i håret, duften af friskrøget fisk i luften og den hypnotiserende lyd af 'klink' fra lystbådenes master.

Inde i landet kan man sejle på **Gudenåens magelige strøm**, hoppe på cyklen og gøre holdt ved en af de mange gårdbutikker eller vejboeder og fylde kurven med lokale varer til at nyde senere.

Kulturelle indtryk og gastronomiske oplevelser får man i **de større byer i Kystlandet**. De byder på kunsthåndværk, iværksætterånd, (rigtig) god mad, shopping, musik og fællesskaber, grønne oaser og et rigt kulturliv.

Tilbuddene og mulighederne er mange og skal være synlige for turisterne, og derfor blev Destination Kystlandet etableret i et samarbejde mellem kommunerne Hedensted, Horsens og Odder. Siden etableringen er der sket meget: medarbejdere er blevet ansat, en bestyrelse er etableret, en strategi er udarbejdet, organisationen er kommet på plads, driften er kommet "op at køre", og der er etableret kontakt til rigtig mange lokale aktører. Nu skal Destination Kystlandet skridtet videre.

Destination Kystlandets formål er at koordinere fælles markedsføring, produkt-, aktør- og destinationsudvikling samt gæsteservice i de tre kommuner: Hedensted, Horsens og Odder. Dette gøres gennem:

- En fælles markedsføringsindsats, hvor Destination Kystlandet synliggør destinationen, turistaktørerne og deres tilbud.
- Konkrete projekter og indsatser, hvor Destination Kystlandet understøtter turistaktører i at samarbejde, udvikle nye produkter eller tilpasse deres forretningsmodel, så de kan leve op til den aktuelle efterspørgsel og lovgivning.
- Gæsteserviceaktiviteter, hvor Destination Kystlandet hjælper gæster med at få turistrelevant information, når gæsten har brug for det.

Direktøren får mulighed for at udfolde dette gennem et tæt, lokalt, nationalt og internationalt samspil med turismeaktørerne, kommunerne, de lokale foreninger, erhvervslivet, øvrige destinationer mv. Direktøren bliver en central og afgørende skikkelse i den fortsatte udvikling af Destination Kystlandet.

## Centrale opgaver for direktøren

Der venter den kommende direktør en række særdeles spændende og udfordrende opgaver, som direktøren skal løse sammen med bestyrelsen, medarbejderne og gennem inddragelse af de mange aktører.

Efter en succesfuld etablering og opbygning af Destination Kystlandet er tiden nu inde til at bringe samarbejdet til det næste niveau, så der opnås resultater af allerede igangsatte projekter og udviklingsplaner, og så yderligere potentialer inden for såvel privat- som erhvervsturismen kommer i fokus.

På den baggrund har Destination Kystlandet og Hedensted Kommune, Horsens Kommune og Odder Kommune udarbejdet en fælles strategi for 2024-2030 for turismeudviklingen, og et handlingskatalog for 2025, der udmønter strategien for de kommende år, er under udarbejdelse, jf. yderligere nedenfor.

Med afsæt i strategien skal direktøren eksekvere på indsatserne i handlingskataloget og varetage den daglige ledelse, drift og udvikling af Destination Kystlandet i samarbejde med alle interessenter og partnere. Det indebærer et ansvar for følgende opgaver:

- Forankre strategien i organisationen og kommunikere den klart til erhvervspartnerne
- Facilitere et bredt, tværkommunalt samarbejde gennem bestyrelse og styregruppe
- Bidrage til turismeplanlægning med faglig ekspertise, styrke samarbejdet med erhvervslivet og sikre en være- og bæredygtig turisme
- Drive destinations- og produktudvikling bl.a. igennem netværks- og klyngeindsatser inden for erhvervsturisme
- Ansøge om midler fra fonde til at styrke den rekreative infrastruktur og attraktioner
- Markedsføre Destination Kystlandet og sikre effektiv turistinformation

Det er væsentligt, at direktøren er opsøgende og proaktiv i forhold til alle de tre kommuner – både det politiske niveau og forvaltningerne – så destinationen og alt, hvad den kan bidrage med og til, fremstår tydeligt og kommunikeret. Dermed styrkes den fælles fortælling om destinationen, synergier mellem fx de kommunale politikker for erhverv, turisme og kultur udnyttes, og der skabes grobund for den fornødne samhørighed hos de deltagende kommuner. Direktøren skal i særdeleshed fokusere på at etablere et tillidsfuldt samarbejde med bestyrelsen og forvaltningen i de tre kommuner.

En vigtig opgave for direktøren er at sikre, at de ca. 280 lokale partnerskaber styrkes og i relevant omfang forøges. Direktøren skal i forhold til de aktører, der allerede har tegnet partnerskab favne både de større og mindre turistaktører i et godt, udviklende og givende samarbejde, hvor aktørerne oplever værdi af partnerskabet. Det skal være tydeligt, hvad man som partner og kommune får for pengene. På denne baggrund skal direktøren i samarbejde med sine medarbejdere vægte at være udfarende og lyttende i forhold til de private aktører.

Læs mere om partnerskaberne her: [Partnerskaber](#)

Direktøren skal være opsøgende i forhold til at indgå i samarbejder med andre lokale aktører med henblik på at opnå synergieeffekter af fælles koordinerede aktiviteter og tilgange til "turismeopgaven". Samarbejdet kan være til kommunerne, kommunernes erhvervsområder, handelsstandsforeninger osv.

Det forventes, at direktøren ligeledes er opsøgende i forhold til nationale aktører på turismeområdet – fx de øvrige destinationsselskaber, Danske Destinationer, VisitDenmark, Dansk Kyst- og Naturturisme, MeetDenmark, Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse, ministeriet mv. Det er således væsentligt, at direktøren har blik for udviklingstendenserne på turismeområdet, mulighederne for at opnå ekstern funding osv.

Direktøren skal promovere Destination Kystlandet hele vejen rundt – både nationalt og internationalt – som den eneste destination, der "omfavner" Kystlandet.

Et særligt fokuspunkt for den nye direktør vil være at styrke dokumentationen af resultater og effekter af de igangsatte indsatser og fremme en datadreven tilgang til at styrke turismen i Destination Kystlandet. Det er således væsentligt i forhold til de mange samarbejdspartnere, at de kan se, at det giver værdi for pengene at være en del af Destination Kystlandet.

På de indre linjer skal direktøren sikre, at økonomien balancerer, og at prioriteringen af ressourcerne sikrer størst mulige effekter i overensstemmelse med kommunernes ønsker. Det er i den forbindelse vigtigt, at direktøren har et skarpt blik for mulighederne for ekstern funding. Det være sig i form af flere partnerskaber eller projektmidler fra nationale kilder eller EU. Målet er at øge den eksterne, dvs. ikke kommunale, del af det økonomiske grundlag for at drive Destination Kystlandet.

Som direktør og personaleleder skal direktøren sikre, at kompetencer, kvalifikationer og det store engagement i medarbejderstaben hele tiden bringes i spil på en måde, som skaber værdi hos turismeaktørerne og kommunerne.

## Ledelsesmæssige og faglige kompetencer

Den kommende direktør for Destination Kystlandet skal have stærke faglige, ledelsesmæssige, personlige og sociale kompetencer, som gør vedkommende til en efterspurgt samarbejdspartner.

For at kunne løse de angivne – og andre – opgaver er det afgørende, at direktøren er i besiddelse af en række kompetencer, hvor særligt fem kompetencer hos direktøren (i ikke-prioriteret rækkefølge) er centrale:

**1. Samarbejdsorienteret og stærk på relationer.** Direktøren forventes at have en samarbejdsorienteret tilgang målrettet opbygning af stærke relationer i sin opgavevaretagelse, herunder i forhold til de lokale aktører, hvad enten det gælder små enkeltmandsvirksomheder, større aktører eller de tre kommuner. Direktøren skal endvidere være orienteret mod samarbejdsmuligheder med eksterne aktører som VisitDenmark, andre destinationer i hele Danmark m.fl.

Direktøren skal være orienteret mod at se og formidle muligheder, skabe relationer på tværs af turisme, kultur, event, erhverv, fritid og foreninger samtidig med, at samarbejdspartnere kan se merværdien af et samarbejde.

**2. Tydelig kommunikator med politisk tæft.** Direktøren skal være dygtig til at kommunikere og skal kunne bringe viden ud og også tage viden med hjem, og anvende denne viden i den fortsatte udvikling af destinationen. Alle direktørens samarbejdspartnere skal opleve direktøren som opsøgende, inviterende, synlig og fagligt kompetent, og det skal være tydeligt, at direktøren med sit drive skaber værdi og sammenhængskraft. Direktøren skal særligt have en forståelse for politiske processer og være lydhør over for kommunernes ønsker og krav til Destination Kystlandet.

**3. Strategisk udsyn.** Direktøren skal både kunne "sætte ind" med visionære og strategiske perspektiver og samtidig være orienteret mod sikker drift af igangværende initiativer og projekter. Direktøren skal være retningsgættende og mulighedssøgende, både hvad angår uudnyttede potentialer i Destination Kystlandet, og hvad angår eksterne muligheder for samarbejde og funding.

**4. Stærk på forretning, økonomi og styring.** Det økonomiske grundlag for Destination Kystlandet hviler på bidrag fra de tre deltagende kommuner samt midler, som destinationen selv genererer via partnerskaber, projektmidler og fundraising. Det er afgørende, at direktøren har erfaring med fundraising og økonomistyring og har et skarpt forretningsmæssigt blik for, hvordan de økonomiske rammer og forudsætninger for at drive Destination Kystlandet kan udvikles.

**5. Dygtig leder.** Direktøren skal have gode ledelsesmæssige egenskaber, som sætter vedkommende i stand til at motivere, inspirere og skabe resultater gennem mennesker. Ledelsesstilen skal være anerkendende, tillidsbaseret og uddelegerende, hvor der gives frihed under ansvar.

## Personlige egenskaber

Det er endvidere vigtigt, at direktøren:

- Har en høj integritet
- Er lyttende, delegerende og tillidsskabende
- Er udadvendt, inviterende og opsøgende
- Er nærværende og skaber frihed til medarbejderne
- Glædes over succeser og ser fejl som læring

## Direktørens baggrund

Der stilles ikke krav om en bestemt uddannelsesmæssig eller branchemæssig baggrund for den kommende direktør, som måske kommer med baggrund og erfaringer inden for turisme, kulturområdet fra en privat virksomhed, en kommune eller en forening. Mulighederne er mange. Direktøren har formentlig erfaring med at agere i en politisk organisation eller har udpræget flair for dette. Det vigtigste er direktørens personlighed.

Det er en fordel, hvis direktøren har en stærk ledelsesmæssig baggrund inden for udvikling af og investeringer i oplevelsesøkonomi i en politisk styret organisation, herunder erfaringer med og

dokumenterede resultater fra gennemførelse af større projekter inden for områdeudvikling og/eller turisme- og/eller kulturområdet.

## Om Destination Kystlandet

### Organisation

Destination Kystlandet er en selvstændig forening, der har til formål at koordinere fælles markedsføring, produkt-, aktør- og destinationsudvikling, supportere bæredygtighedsprocessen samt understøtte og udvikle turismen i Hedensted Kommune, Horsens Kommune og Odder Kommune.

Destination Kystlandet er ét af de 19 tværkommunale destinationsselskaber i Danmark.

Bestyrelsen er sammensat af 3 personer – borgmestrene fra de tre kommuner. Til at støtte bestyrelsen er der udpeget en administrativ styregruppe, der består af en administrativt udpeget person fra hver af medlemskommunerne. Den administrative styregruppe varetager den mere løbende kontakt med og har en koordinerende rolle i forhold til samspillet mellem kommunerne og Destination Kystlandet. Ét af medlemmerne af den administrative styregruppe varetager desuden personaleledelsen i forhold til direktøren for Destination Kystlandet.

Der indgås årligt en samarbejdsaftale mellem Destination Kystlandet og de tre kommuner, hvor det kommende års kommunale tilskud og Destination Kystlandets opgaver fastlægges. Desuden er der indgået separate samarbejdsaftaler mellem de enkelte kommuner og Destination Kystlandet om yderligere kommunespecifikke indsatser og tiltag.

Medarbejderteamet består pr. 1. oktober 2024 af direktøren (vakant), seks fuldtidsansatte samt to deltidsansatte medarbejdere. Ca. halvdelen af medarbejderne arbejder hovedsageligt med driftsopgaver som markedsføring, vedligeholdelse af de digitale kanaler mv., mens resten primært arbejder med projekt- og udviklingsopgaver. Direktøren varetager personaleledelsen for alle medarbejdere.

Destination Kystlandet har en årlig omsætning på ca. 7½ mio. kr. (2023). Godt 5½ mio. kr. udgøres af kommunale tilskud, herunder for opgaver aftalt særskilt med de enkelte kommuner, mens resten bl.a. består af indtægter fra partnerskabsaftaler og den årlige VelkomstGuide.

### Strategi og Vision

De tre kommuner vedtog i 2024 en "En fælles strategi for bæredygtig turismeudvikling i Destination Kystlandet 2024-2030".

**Visionen** er at sætte Destination Kystlandet på verdenskortet, mens **missionen** er at skabe en holdbar og fremtidssikret turisme, der tiltrækker besøgende, understøtter turisterhverv hele året, beriger lokalsamfund, og hvor miljø, natur og kulturarv beskyttes og værnes om.

Strategien beskriver **tre værdier**, som skal være retningsgivende for den bæredygtige turismeudvikling samt prioritering af projekter:



- **Benyt og beskyt.** Ansvarlig brug af naturressourcer gennem implementering og god formidling af adfærdskodeks. Nudging og wayfinding, der samlet set mindsker gæstens og borgerens miljøpåvirkning og fremmer naturbevarelse.
- **Historien som DNA.** Vi vil bruge vores fælles historie i udvikling og formidling, så vi styrker destinationens identitet og autenticitet. Vi vil samtidig understøtte kulturarvsbevarelse samt skabe økonomiske muligheder gennem turismeprodukter, der er forankret i historisk storytelling.
- **Turisme for alle.** For at sikre, at vores område er attraktivt og imødekommende for alle gæster, herunder mennesker med funktionsnedsættelse, vil vi arbejde for at skabe flere tilgængelige oplevelser og styrke formidlingen af disse.

Endelig beskriver strategien tre strategiske indsatsområder:

- **Attraktionskraft,** så Kystlandet differentierer sig som destination. Der lægges særlig vægt på naturen som attraktion, kulturen som tiltrækningskraft og mødet som en oplevelse.
- **Sammenhæng** i turistoplevelsen, så bevægelsen for besøgende er naturlig og uhindret rundt i og mellem de tre kommuner. Det handler bl.a. om infrastruktur og planlægning, data og digitalisering samt formidling af området.
- Styrkelse af **samarbejdet** mellem de mange turismeinteressenter- kommercielle og ikke-kommercielle. Det indebærer nye økonomiske partnerskaber (offentlige, private og filantropiske), netværk og klyngeudviklinger samt lokalt samarbejde om stedsudvikling.

Strategien kan læses her: [En fælles strategi for bæredygtig turismeudvikling i Destination Kystlandet 2024-2030.](#)

## Handlingskatalog og projekter

Destination Kystlandet arbejder løbende med en række projekter, der på hver sin måde har til formål at understøtte turismevirksomhedernes forretning og kommunernes turismeudvikling. Projekterne udvikler og støtter hele turismeerhvervet på tværs af Hedensted Kommune, Horsens Kommune og Odder Kommune.

Som udløber af strategien er der ved at blive udarbejdet et handlingskatalog, der indeholder Destination Kystlandet og de tre kommuners prioriterede projekter og indsatser i 2025. Nogle er allerede godt undervejs, andre skal til at starte op.

Blandt de mange projekter og indsatser kan der peges på **Længe leve Horsens Fjord**. Der er udarbejdet en strategisk-fysisk handlingsplan med det mål at skabe en outdoordestination i international klasse ved at aktivere og skabe forbindelser mellem den grønne og blå infrastruktur, sikre bæredygtig benyttelse af naturarealer, tiltrække investeringer, udvikling af overnatningstilbud og koncepter, rekreativ infrastruktur samt udvikling af kommercielle outdoor-produkter. Kommunerne skal nu til at foretage de planlagte anlægsinvesteringer, men Destination Kystlandet har ansvaret for at formidle rejsemålet, i samarbejde med partnere at produktudvikle oplevelser og udvikle en fælles brandidentitet.



Et andet projekt er **VisitData**. Viden og data spiller allerede i dag en afgørende rolle for udviklingen af dansk turisme. Via den nye nationale dataplatform får destinationsselskaberne og deres samarbejdspartnere adgang til data og værktøjer, som kan anvendes til at træffe endnu bedre forretningsmæssige beslutninger. Destinationsselskaber kan potentielt tilbyde skræddersyede samarbejder om viden, som destinationens samarbejdspartnere ikke før har haft mulighed for at få adgang til. Opgaven for Destination Kystlandet er i den kommende tid at udvikle og teste platformen hos turismeerhverv og i forbindelse med arrangementer/events i samarbejde med VisitDatas projektpartnere.

Læs mere om nogle af disse og andre projekter og indsatser her: [Projekter og udvikling](#)

## **Andet**

Kandidater til stillingen skal være indstillet på at gennemføre en omfattende ledelsestest hos MUUSMANN.

---