

An aerial photograph of Sorø Kommune, Denmark. The image shows a large, calm lake on the left side, with a lush green island in the foreground. In the center, there is a large, white, multi-story building complex, likely a university or government building, surrounded by green lawns and trees. To the right, a prominent brick church with a steeple is visible. The background shows a dense forest and a clear blue sky.

**KULTUR, NATUR OG HISTORIE**

# **POTENTIALER FOR KULTURTURISME I SORØ KOMMUNE**

# INDHOLD

1. Baggrund, introduktion & resumé
2. Kulturturisme: Viden & trends
3. Turismen i Sorø Kommune
4. Potentialer for kulturturisme i Sorø Kommune
  - 4.1) Udviklingspotentiale 1: Skarpere positionering
  - 4.2) Udviklingspotentiale 2: Billedkunst & kunsthåndværk som styrkeposition
  - 4.3) Udviklingspotentiale 3: Koncerter & kirker som styrkeposition
  - 4.4) Udviklingspotentiale 4: Sorø by som en helhedsoplevelse



# BAGGRUND: KULTURPROFILER MED TURISMEOVERBYGNING

Denne rapport identificerer styrkepositioner og udviklingspotentialer for udvikling af kulturturisme i Sorø Kommune.

Undersøgelsen tager udgangspunkt i Kulturprofilen for Sorø Kommune, udarbejdet af Kulturens Analyseinstitut, som kortlægger det lokale kulturliv samt borgernes brug heraf. Kombineret med viden om turismen i området, andre undersøgelser af turismepotentialer samt viden og trends om kulturturisme - peger nærværende rapport på potentialer for at udvikle kulturturisme i Sorø Kommune.

Rapporten indgår i et større turismeprojekt: "Udvikling af stærke kulturdestinationer i kyst- og naturturismen: Lokal forankring, styrkede kommercielle sammenhænge og et stærkt internationalt brand".

Sorø Kommune deltager som en ud af fem kommuner i den del af projektet, der tilfører en turismeoverbygning på en lokal kulturprofil som udgangspunkt for udvikling af kulturturisme.

Rapporten er udarbejdet af Örnfelt i et samarbejde med Dansk Kyst- og Naturturisme, Destination Sjælland, Kulturens Analyseinstitut og Sorø Kommune.

For yderligere indsigter i Kulturprofilen for Sorø Kommune henvises til Kulturens Analyseinstitut.

Projektet er støttet af Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse.

Juni, 2026.

 Danmarks  
Erhvervsfremmebestyrelse



Örnfelt



# INTRODUKTION: BORGERDREVET OG BÆREDYGTIG KULTURTURISME

Kulturturisme er karakteriseret ved, at turister i høj eller afgørende grad vælger en destination på grund af dens tilbud inden for kultur, historie, kunst, design og arkitektur.

Kulturturister søger ikke kun institutionelle kulturoplevelser, men i stigende grad autentiske og sanselige oplevelser, der er tæt på det levede liv. De efterspørger oplevelser med lokal identitet og deltagelsesmuligheder. De søger mikrodestinationer, hverdagskultur og lokale fællesskaber.

## **Styrkepositioner i det lokale kulturliv**

Med nærværende rapport tages der udgangspunkt i de styrkepositioner, der er i det lokale kulturliv set fra et borgerperspektiv. Der, hvor det lokale står stærkt, er oplagt der, hvor kulturturister kan få en unik og autentisk oplevelse.

Bæredygtig kulturturisme giver et nyt perspektiv på turismeudvikling, da den sætter kulturarven og lokalsamfundene i centrum for beslutningsprocesserne. Det handler om at lægge tid og ressourcer, hvor der allerede er investeret lokalt. At bygge ovenpå de politiske valg og lokale kræfters arbejde frem for at bygge nyt. På den måde bliver turismen et middel til at understøtte den lokale økonomi og det lokalsamfund, som borgerne ønsker at leve i.



# RESUME: STYRKEPOSITIONER OG ANBEFALINGER

## #1 Skarpere positionering

Styrk destinationens kulturelle brand og profil gennem udviklingen af et styrket udbud af oplevelser og events i national og international format, der differentierer Sorø som destination. Skru samtidig op for synligheden og kendskabet til det kulturelle oplevelsesudbud, både gennem øget online tilstedeværelse og blandt de lokale samt frontpersonale på fx overnatningssteder og kultursteder, så de er klædt på til at inspirere og informere gæsten om kommunens kulturudbud.

## #2 Billedkunst & kunsthåndværk som styrkeposition

Styrk oplevelsessammenhængen og samarbejdet på tværs af Sorø Kunstmuseum, kommunens gallerier og kunsthåndværkere for at udvikle attraktive og involverende oplevelsesformater, hvor besøgende og borgere får mulighed for kreativ udfoldelse. Øg kendskabet og kulturforbruget gennem fælles, tematiseret markedsføring og gensidig henvisning. Sorø kan komme til at stå stærkt som en attraktiv kunstdestination med Sorø Kunstmuseum som fyrtårn.

## #3 Koncerter & kirker som styrkeposition

Tænk i koblinger af det store udbud af koncerter med de lokale kirkers smukke rum og akustik - med Sorø Klosterkirke og den klassiske musikfestival, Sorø Internationale Musikfestival som fyrtårne. Koordinér fx koncertrækker over fælles temaer og gennem fælles markedsføring. Styrk iscenesættelsen af oplevelser med det ultralokale, så de besøgende kommer helt tæt på det lokale ved fx at koble koncerter med lokale langbordsmiddage eller lokale guidede ture.

## #4 Sorø by som helhedsoplevelse

Sorø by har stor koncentration af oplevelser og dermed potentiale som selvstændig kulturdestination. Sorø by har et særligt potentiale for at positionere sig inden for koblingen mellem kultur og natur, som er en stærk trend inden for kulturturismen. Det kan fx ske ved oplevelsestilbud mellem natur og kultur, fx guidede ture, eksplorative gåder, og gennem særlige arrangementer, der kobler indendørs- og udendørsoplevelser ved fx Sorø Sø, i Akademihaven eller i byrummet.

**KAPITEL 2**

**KULTURTURISME:  
VIDEN & TRENDS**

# KULTURTURISTER I DANMARK

## Definition af kulturturister

VisitDenmark opgør antallet af kulturturister ud fra følgende definition:

Det er turister, der "i høj grad" eller "i afgørende grad" lagde vægt på "design og arkitektur" og/eller "kultur, kunst og historiske oplevelser/seværdigheder", da de valgte Danmark som feriedestination.

VisitDenmark, 2023

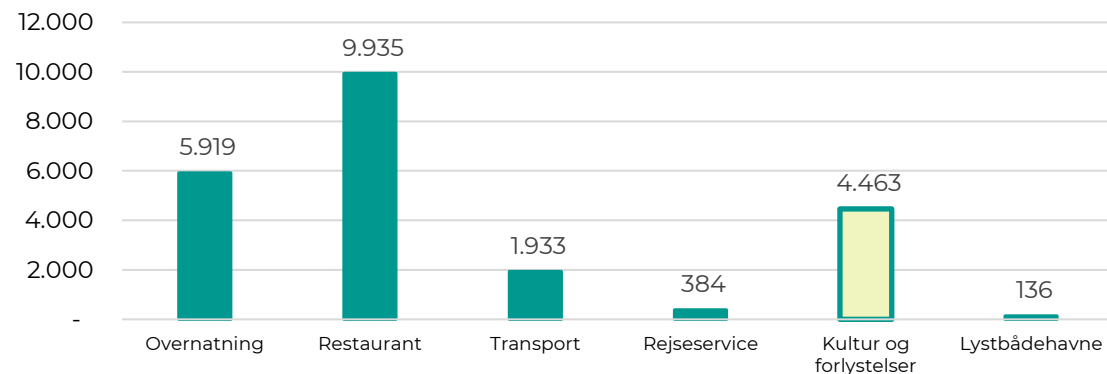
## Fakta om kulturturister i kyst- og naturdestinationer i Danmark

- 54 pct. af de udenlandske turister i kyst- og naturturismen kan kaldes kulturturister jf. VisitDenmarks definition. 31 pct. af de danske turister i kyst- og naturdestinationer er såkaldte kulturturister.
- 1.050 kr. er det gennemsnitlige døgnforbrug for kulturturister i kyst- og naturdestinationer, hvilket er 50 kr. mere end kyst- og naturturister generelt.
- Kulturturister udvider sæsonen. Der er en tydelig tendens til, at hele sensommeren og efterårssæsonen i Danmark er særligt populær for både de danske og de udenlandske kulturturister.

Handlingsplan for udvikling af

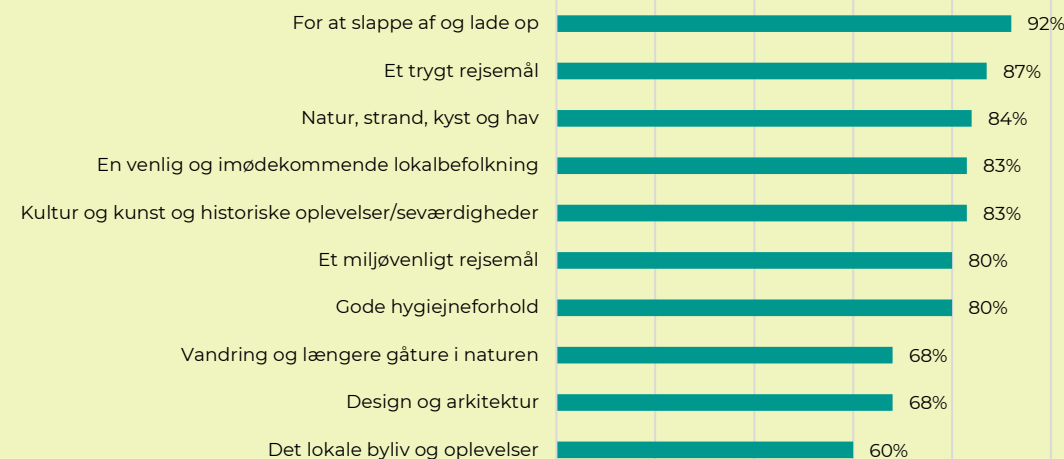
kulturturisme i kyst- og naturturismen, DKNT, 2024

## Kyst- og naturturisters forbrug af "turismeprodukter" (mio. kr.)



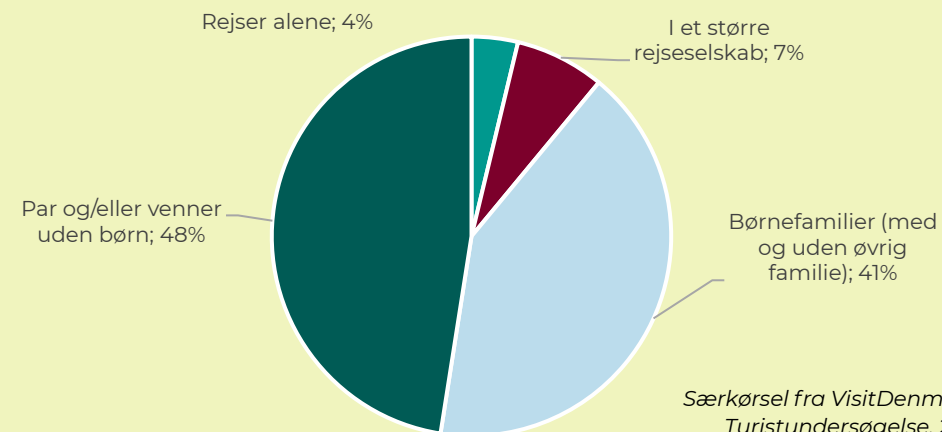
Handlingsplan for udvikling af kultureturisme i kyst- og naturturismen, DKNT, 2024

## Top ti rejsemotiver for udenlandske kulturturister i kyst- og naturturismen



VisitDenmarks Turistundersøgelse, 2022

## Rejsegruppe på kyst- og naturferien (udenlandske kulturturister)



Særkørsel fra VisitDenmarks Turistundersøgelse, 2022

# TRENDS INDEN FOR KULTURTURISMEN

## Trends inden for kulturturismen

**#1 Tæt på det levede liv.** Jagten på det autentiske - på steder og miljøer væk fra "turismen". Kulturturisten vil være en del af stedet og kulturen, mere end at stå udenfor og betragte den. De besøgende ønsker at mærke, føle og smage på stedets kultur og identitet. Fokus er på værdier, levevis og traditioner frem for fysiske monumenter, attraktioner og seværdigheder.

**#2 Friktionsløse og hyper-personaliserede oplevelser.** Kulturturisten vil i fremtiden efterspørge friktionsløse og hyper-personaliserede oplevelser og anbefalinger i real-time. Forventningen er en skræddersyet rejse, der imødekommer alle ens behov gennem AI-kuratering og anbefalinger fra folk eller sociale grupperinger, som de kan spejle sig i.

**#3 Nicher og interessefællesskaber.** Flere vil i fremtiden rejse efter og med deres interesse. Det er et købestærkt segment, der gerne betaler ekstra for den helt unikke oplevelse, hvor de får udfoldet deres interesse. Destinationer vil i stigende grad udvikle appel til særlige niches.

**#4 Natur koblet med kultur.** En tendens, der for alvor slog igennem under pandemien, og som kun er vokset siden, er efterspørgslen efter kombinationen kultur og natur. De besøgende vil opleve dybere og forstå historien bag naturen og landskabet. Samtidig er denne trend koblet til bæredygtighed og ønsket om at støtte en balanceret turismeudvikling, der styrker lokalsamfund.

**#5 Kulturturisme som masseturisme.** Den markante vækst i den globale middelklasse i disse år vil understøtte en fortsat efterspørgsel på det hurtige og overfladiske kulturforbrug med fokus på must-see attraktioner, der giver global status og anerkendelse.

*Trendanalyse: Kulturturisme, 2024  
Dansk Storbyturisme*

## En bred forståelse af kulturturisme

Kulturturismen har gennem årene bevæget sig fra en elitær fornøjelse for de få til en langt bredere appel og målgruppe.

I dag er de fleste eksperter enige om, at kulturoplevelser både er de materielle og immaterielle kulturelle tilbud og oplevelser.

Kultur er en dynamisk størrelse under konstant udvikling. Det betyder, at fx hverdagslivet, de lokale, kultur-miljøer, traditioner og vores samfundsindretning er kulturelle styrker, der er med til at forme en destination på linje med arkitektoniske perler, besøgscentre, kunstmuseer og kulturarvs-monumenter.

*Handlingsplan for udvikling af kulturturisme i kyst- og naturturismen, Dansk Kyst- og Naturturisme, 2024*

Kulturturismen vil vokse globalt med 14,4% om året i gennemsnit frem mod 2033.

*Future Market Insights, 2023*

*”In big cities you have a high density of attractions and activities which makes development relatively easy. In rural areas, and particularly remote areas, the problem is developing sufficient density of activity.”*

**Greg Richards**  
Professor ved Tilburg University

# TURISTER SOM KUNDEGRUNDLAG – HVAD KAN AKTØREN GØRE?

Hvis en kulturaktør vil supplere sit kundegrundlag med turister, er der en række forhold og tiltag, der kan styrke mulighederne for at tiltrække turister og give dem en god oplevelse.

## Aktørdrevne tiltag som kan bidrage til at tiltrække kulturturister

**#1 Synlighed:** For at blive besøgt, skal oplevelsen kunne findes. Det gælder både digitalt og fysisk. Udover samarbejde med sit lokale destinationsselskab, skal aktørens egne kanaler også være synlige for danske og internationale gæster. Generelle internetsøgninger og sociale medier er vigtige inspirationskilder for fx tyskere, så her er det vigtigt at være synlig, når de søger efter oplevelser.

En stærk lokal forankring er også vigtig, fordi både de lokale og frontpersonale på overnatningssteder og kulturinstitutioner er vigtige ambassadører. Det er også vigtigt at kende sine gæster. Brug fx VisitDenmarks markedsprofiler til at lære om forskellige nationaliteters brugerrejser før, under og efter deres ferie og til at få indsigt i, hvilke informationskanaler, turisterne typisk anvender til at planlægge aktiviteter i ferien.

**#2 Wayfinding og infrastruktur:** Hvordan indgår oplevelsen eller stedet i helheden på destinationen? Wayfinding handler om at binde steder og oplevelser sammen, så turisten bliver ledt fra A til B på en nem og spændende måde. Sæt dig i turistens sted: Er dit sted nemt at finde i bil, med offentlig transport etc. Er der parkeringsmuligheder? Hvilke andre oplevelser og steder vælger netop dine gæster?

**#3 Sprog:** Er oplevelsen gearret til en international målgruppe? Bliver oplevelsen formidlet på andre sprog end dansk?

**#4 Åbningstider:** Åbningstider skal tilpasses målgrupper og sæson. Udvid fx åbningstiderne i højsæsonen og i ferierne. Husk, at kulturturister rejser langt ind i efterårssæsonen. Vær synlig og konsekvent med åbningstider og datoer, så det er nemt at kommunikere.

**#5 Kvalitet og værtskab:** Med en god og mindeværdig oplevelse er der større sandsynlighed for, at gæsterne vil anbefale det videre til venner og familie. Sørg for, at helhedsoplevelsen fra start til slut er gennemtænkt og af høj kvalitet, særligt mødet med personalet har betydning for den gode oplevelse. Men også om det er muligt at købe en kop kaffe, spise, benytte toilet etc.

”Turisten har nogle praktiske behov og nogle oplevelsesbehov. Hvis de praktiske behov som fx sprog, toiletforhold, parkering ikke er opfyldt, så overskygger det selve den kulturelle oplevelse.”

**Louise Örnfelt**  
Ekspert i kulturturisme  
Stifter & direktør, udviklingsbureauet Örnfelt

## Må man have sin hund med?

Et svar, der ifølge flere undersøgelser, er vigtigt for mange tyske turister. De vil også sætte pris på en vandskål til deres firebende familiemedlem.

**KAPITEL 3**

# **TURISMEN I SORØ KOMMUNE**

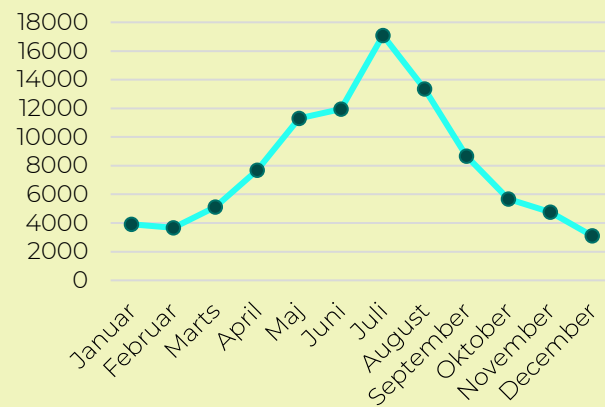
# NØGLETAL FOR TURISMEN I SORØ KOMMUNE

## Overnatningstal og turismeomsætning

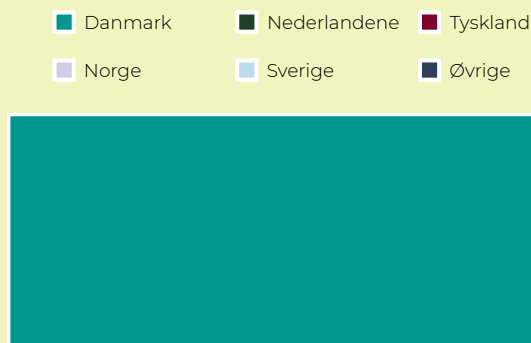
- I 2024 var der 96.277 kommercielle overnatninger i Sorø Kommune på registrerede overnatningsfaciliteter. Antallet er faldet lidt i 2025 til 90.622 overnatninger jf. foreløbige opgørelser af 2025.
- Der var flest overnatninger i juli, men 68 pct. af overnatningerne blev foretaget uden for højsæsonen (juli og august).
- Særligt forsommeren er også populær (maj og juni)
- 89 pct. af alle overnattende gæster kommer fra Danmark
- Den samlede turismeomsætning i Sorø Kommune var 341 mio. kr. i 2023, hvilket forventes at stige til cirka 350 mio. kr. i 2024.
- 47 pct. af omsætningen fra turismen stammer fra dagsbesøgende, mens 53 pct. stammer fra overnattende gæster.
- 12 pct. af turismeomsætningen går til "kultur og forlystelser"
- Turismen skabte 291 job i Sorø Kommune inkl. afledte effekter. Det svarer til 2,3 pct. af al beskæftigelse i kommunen.

VisitDenmark, særkørsel og kommunal overnatningsstatistik

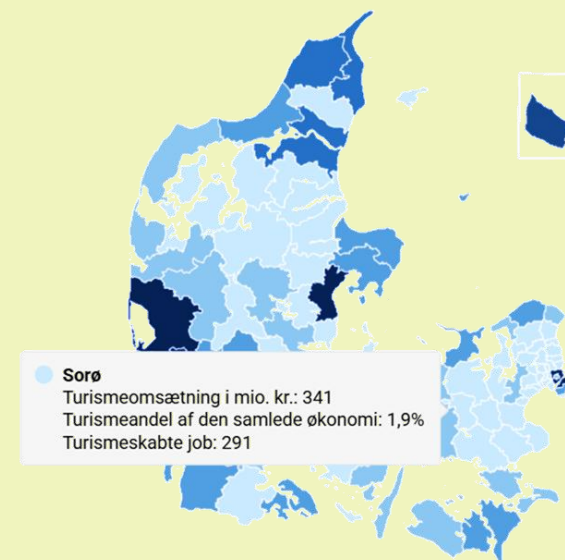
## Kommercielle overnatninger per måned, 2024



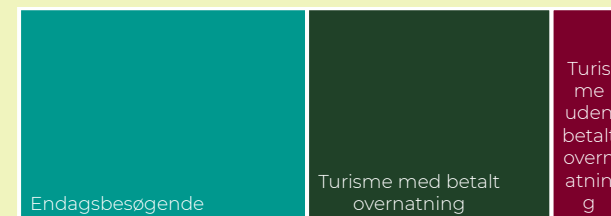
## Nationalitetsfordeling, 2024



## Turismeomsætning, 2023



## Fordeling af turismeomsætning, 2023



# TURISMEUDBUD I SORØ KOMMUNE

## Overnatningskapacitet og attraktioner i Sorø

- Der er 2 hoteller, 2 campingpladser, et større antal B&B og ferielejligheder samt et mindre antal autocamperpladser, glamping og shelters i Sorø Kommune.
- Der er godt 15 attraktioner og udbydere af oplevelsesprodukter samt mere end 50 oplevelser med gratis adgang.
- Oplevelser, attraktioner og steder med gratis entré tæller blandt andet naturområder, kirker, cykel- og vandreruter samt gårdbutikker og kunsthåndværksbutikker.
- Sorø Kommune har også en række årligt tilbagevendende begivenheder med turismepotentiale.
- Både overnatnings- og oplevelseskapaciteten er centreret omkring Sorø by.
- 'Kultur og historie' samt 'natur' er de primære tematiske kategorier på tværs af oplevelsesmuligheder i Sorø Kommune.
- Sorø Kunstmuseum og Sorø Museum (Museum Vestsjælland) er statsanerkendte museer.
- Turismeaktørerne i Sorø vurderer, at de har kapacitet til flere gæster både i højsæsonen, men især i skuldærsæsonerne.

*Potentialeanalyse for turismen i Sorø Kommune,  
Destination Sjælland, 2024*

## Overnatningstyper og kapacitet:

**2 hoteller** med hhv. 93 og 10 enheder  
**2 campingpladser** med hhv. 210 og 130 enheder  
**12 gæstehuse, Bed & Breakfast eller ferieværelser/lejligheder** med i alt 24 enheder  
**1 glampingplads** med 3 enheder  
**10 shelters** på 6 forskellige lokationer  
**3 private holdepladser til autocampere** med i alt 11 autocamperpladser

## Oplevelsestyper og kvantitet:

**+15 kommercielle attraktioner og udbydere af oplevelsesprodukter**  
Fx. Sorø Kunstmuseum, Zen Garden, Lille Claus, Sorø Bykontors guidede ture m.fl.

**+20 naturområder, steder, kirker med turismemæssig potentiale**  
Fx. Naturpark Åmosen, Akademihaven, Klosterkirken, Bjernede Tundkirke, Kongskilde  
Naturcenter, Suseåen, Parnas, Sorø Sø, Suserup Skov

**+30 tematiserede cykel- og vandreruter**  
Fx. Istidsruten, Holberggruten, Skulpturen, Store Åmosen, Munkevejen

**+10 årligt tilbagevendende begivenheder med turismemæssig potentiale**  
Fx. Kyndelmisse, Food on Fire, Sorø International Regatta, Ruds Vedby Borgspil, Sorø  
Historiske Festival

**+15 restauranter og caféer**  
Fx. Støvlet Katrines hus, Atelier Skoven, Cois Bar

**+30 Gårdbutikker, kunsthåndværksbutikker, producenter med tilhørende butik**

# UNDERSØGELSE AF TURISMEPOTENTIALER FOR SORØ OG OMEGN

## Danskeres kendskab og interesse i besøg/ferier til Sorø og omegn

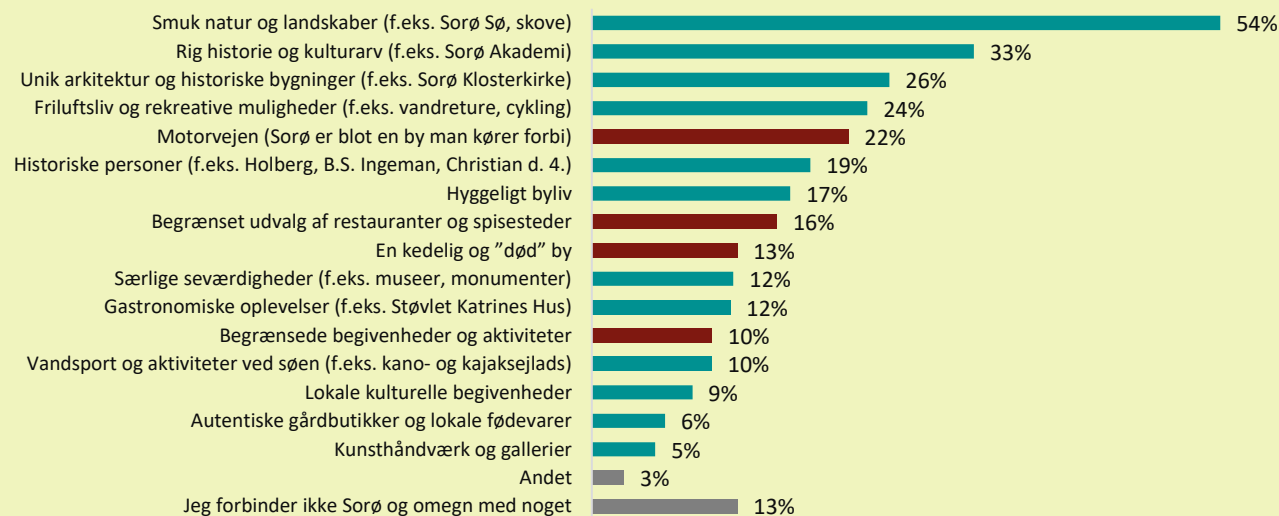
- En survey blandt 1.000 danskere viser, at kendskabet til oplevelser i Sorø og omegn er lavt. 13 pct. kender Sorø og omegn godt eller meget godt, mens 63 pct. slet ikke kender til området.
- Undersøgelsen viser, at jo større kendskab, jo mere villige er de adspurgte til at besøge Sorø.
- Kendskabet er størst til steder som Sorø Akademi, Sorø Sø og Sorø Klosterkirke.
- Sorø og omegn forbindes særligt med "smuk natur og landskaber" samt "rig historie og kulturarv" og "hyggelig by med miljø"
- 16 pct. af respondenterne siger, at det er sandsynligt, at de vil besøge Sorø og omegn som feriedestination eller udflugtsmål. Interessen for et besøg i Sorø og omegn er størst blandt 40-49 årige fra København.

## Hvad vil gøre Sorø og omegn til et mere attraktivt besøgsmaal?

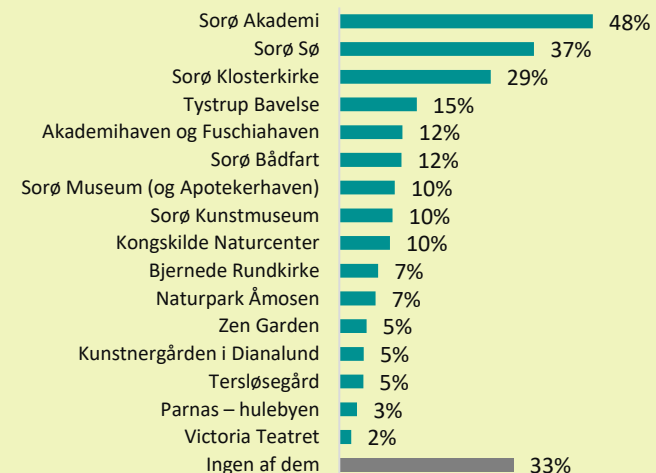
Danskerne i undersøgelsen giver udtryk for, at følgende områder vil øge sandsynligheden for et besøg af Sorø og omegn:

- Mere information og kendskab
- Gode tilbud og pakker
- Unikke oplevelser, begivenheder og attraktioner
- Mere liv i byen
- Forbedrede overnatningsmuligheder

## Hvad forbinder du med Sorø og omegn?



## Hvilke af følgende steder kender du til?



**KAPITEL 4**

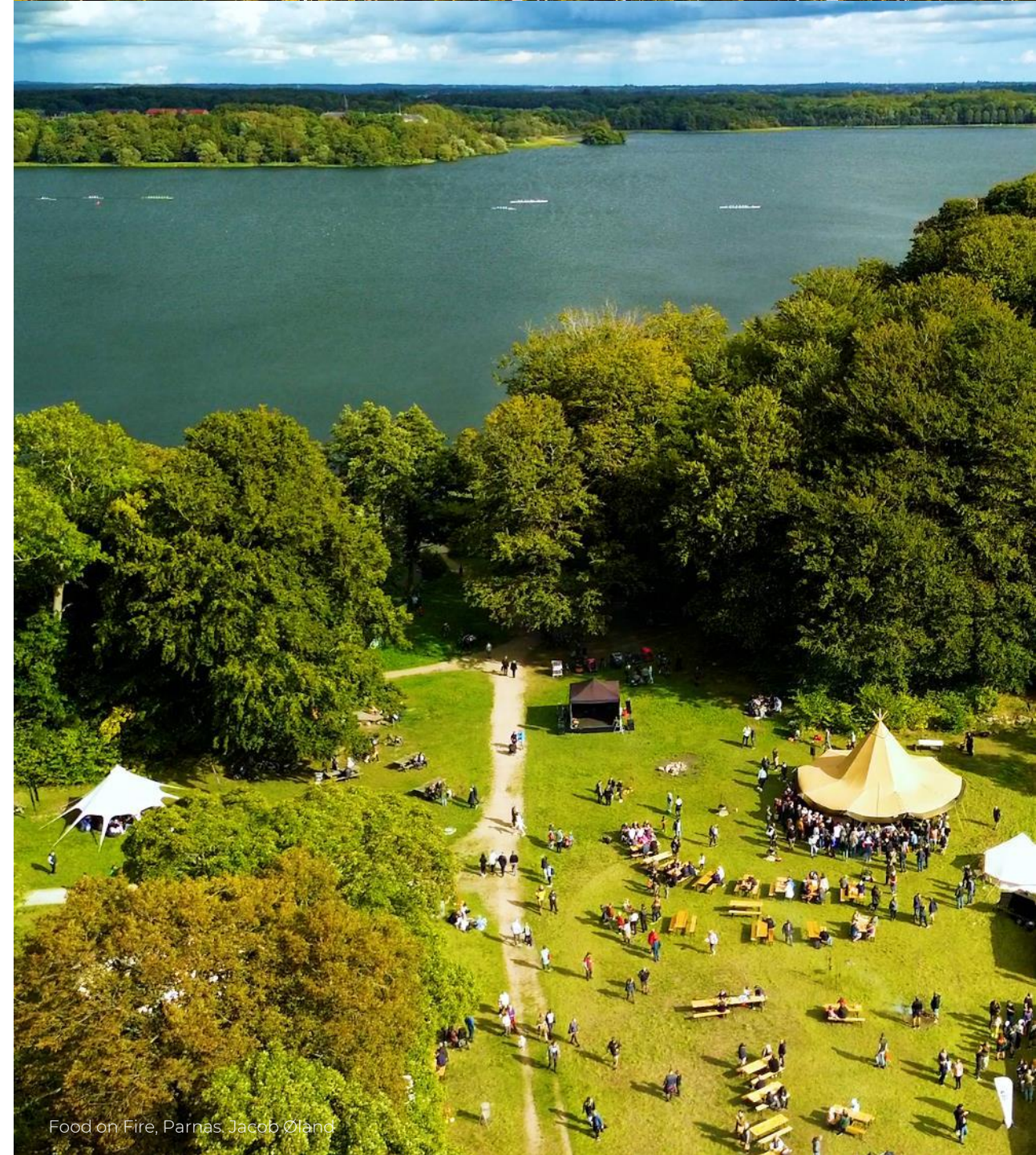
**POTENTIALER FOR  
KULTURTURISME I SORØ  
KOMMUNE**

# INTRODUKTION

På de kommende sider udfoldes fire overordnede udviklingspotentialer for at udvikle kulturturismen i Sorø Kommune baseret på Kulturprofilen udarbejdet af Kulturens Analyseinstitut, indsigter om turismen i Sorø og omegn fra Destination Sjællands potentialeanalyse samt generelle trends og viden om kulturturister og kulturturisme.

Udviklingspotentialerne og de konkrete anbefalinger er udpeget på baggrund af data, men bliver i denne rapport beskrevet uafhængigt af rollefordeling, ressourcemuligheder, motivationer og kompetencer hos aktørerne. Forhold, der har stor betydning for mulighederne for at indfri potentialerne inden for kulturturismen.

Sorø Kommune kan med fordel tage nogle strategiske valg af de oplevelsespotentialer, der skal sættes på fremadrettet. Hvilke kulturelle styrkepositioner vil man løfte, udfolde, udvikle og koble sammen på den lange bane til nationalt og internationalt format?



# SORØ KOMMUNES KULTURPROFIL: HOVEDRESULTATER

## Kulturens Analyseinstituts Kulturprofil

Sorø Kommunes Kulturprofil (2025) er gennemført af Kulturens Analyseinstitut på baggrund af et spørgeskema blandt Sorø Kommunes borgere og en kortlægning af det lokale kulturudbud. Profilen viser, at borgerne i Sorø Kommune har et forholdsvis højt kulturforbrug, især hvad angår deltagelse i rytmiske koncerter og scenekunst, som sammenlignet med Danmarks Statistiks Kulturvaneundersøgelse ligger over landsgennemsnittet. Tilfredsheden med kulturlivet i Sorø Kommune er ligeledes høj og placerer sig i den øvre ende for de kommuner, Kulturens Analyseinstitut har undersøgt på Sjælland. Med udgangspunkt i borgernes kulturprofil kan der bygges videre på oplevelsesprodukter, som også kan appellere til turister. Der, hvor det lokale står stærkt, er oplagt også der, hvor kulturturister kan få en unik og autentisk oplevelse.

*Kulturprofil for Sorø Kommune, Kulturens Analyseinstitut, 2025*

## Høj kulturaktivitet og tilfredshed i kommunens sydlige del

Den sydlige del af kommunen - og især Sorø by - har det største udbud, højeste deltagelse og største tilfredshed blandt borgerne med kulturlivet.

## Der er en stolthed blandt borgerne over attraktioner i især Sorø by

Top seks af alle anbefalede attraktioner er beliggende i Sorø by. Sorø Akademi, Sorø Klosterkirke og Sorø Kunstmuseum er de attraktioner, flest borgerne i Sorø Kommune vil anbefale turister at besøge. Naturen (søen, skovene) er borgerne også særligt stolte over.

## Nogle borgere vælger kulturoplevelser uden for kommunen

På trods af den generelle høje kulturaktivitet vælger mange borgere kun kulturoplevelser uden for kommunen (særligt biograf-, koncert- og scenekunstopplevelser), hvilket peger på et potentiale i at styrke og øge udbuddet i Sorø Kommune til gavn for både borgere og besøgende.

## Styrke kendskabet til kulturudbuddet

Der bedømmes at være et uforløst potentiale i at synliggøre og tydeliggøre de mange kulturtilbud, kommunen har. Særligt tydelig bliver det hos tilflytterne, som ikke har kendskab til kulturlivet ved tilflytning, og først lærer det at kende undervejs.

## Stort udbud af kulturoplevelser – særligt koncerter

Kortlægningen af udbuddet af kulturoplevelser i Sorø Kommune viser tydeligt, at Sorø særligt skiller sig ud i antallet af koncerter, og at kirkerne i kommunen ofte er arrangører og venue for musikarrangementer.

# UDVIKLINGSPOTENTIALE 1: SKARPERE POSITIONERING

## Styrket positionering og kendskab gennem unikke events og oplevelsesprodukter

Der er to grundlæggende forudsætninger for at tiltrække kulturturister, dels at der er oplevelser og events af en vis kvalitet og mængde at besøge, dels at disse er synlige og tilgængelige for potentielle turister. Unikke begivenheder og oplevelser kan være med til at øge synligheden af hele destinationen, fordi de er med til at skærpe profilen af Sorø og sikre tiltrækningskraft over for turister - noget der er værd at rejse efter.

Som det ses i både kulturprofilen og potentialeanalysen, har Sorø allerede en række kulturelle aktiviteter og events, som er velbesøgte af borgere. Det anbefales, at der tages et strategisk valg om, hvilke af disse kulturevents, der skal løftes, udfoldes og styrkes til at kunne tiltrække turister og dermed være med til at positionere Sorø i forhold til andre byer.

Næste skridt er at skrue op for synligheden og styrke kendskabet til de strategisk, udvalgte begivenheder. Kendskabet er svagt blandt potentielle, danske turister, og selv tilflyttere kender meget lidt til kommunens kulturtilbud.

I et turismeperspektiv er oplevelser, som de lokale bruger, særligt interessante for turister, fordi mange af dem – udover en spændende kulturel oplevelse - gerne vil have en indblik i det lokale liv og møde de lokale. Forudsætningerne for at tiltrække turister til kulturudbuddet i kommunen er, at de lokale kender til tilbuddene og bruger dem.

## Undersøgelserne viser, at...

### Øget kendskab giver besøg... og besøg giver genbesøg

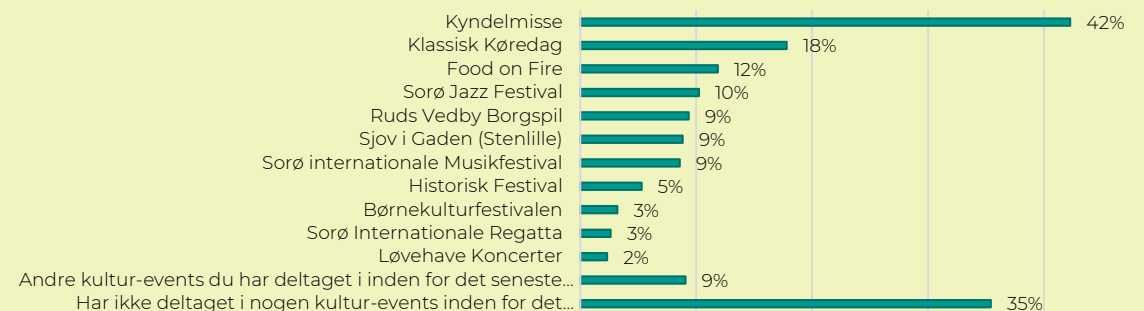
Kendskabet til Sorø er svagt blandt potentielle, danske turister, hele 63 pct. kender slet ikke til oplevelsesmulighederne i Sorø og omegn. De peger på "mere information og kendskab" som et af de forhold, der sammen med "unikke oplevelser, begivenheder og attraktioner" kan øge sandsynligheden for en udflugt eller ferieophold i Sorø og omegn.\*\*

Hvis en dansker tidligere har besøgt Sorø, er sandsynligheden for et genbesøg i kommunen højere.\*\* Begivenheder og oplevelser kan derfor være med til at tiltrække dagsbesøgende, som øger sandsynligheden for genbesøg.

### Flere kulturevents er populære og velbesøgte blandt lokale og har potentiale for turister

65 pct. af borgerne i Sorø Kommune har deltaget i mindst et kulturevent inden for det seneste år\*. Flere af de populære borgerevents kan også målrettes turister og bruges til at øge kendskabet til Sorø.

Har du deltaget i følgende kulturevents inden for det seneste år i Sorø Kommune?



Kendskabet til de events, der afholdes i Sorø og omegn, er dog relativt begrænset uden for Sorø Kommune\*\*.

\* Kulturprofil for Sorø Kommune, Kulturens Analyseinstitut, 2025

\*\* Potentialeanalyse for turismen i Sorø Kommune, Destination Sjælland, 2024

# UDVIKLINGSPOTENTIALE 1: SKARPERE POSITIONERING – STRATEGISK FOKUS PÅ TURISME FOR UDVALGTE BEGIVENHEDER

## Anbefalinger

- Brug begivenheder og oplevelsesprodukter til at differentiere og øge synligheden af hele destinationen. Oplevelser af høj kvalitet kan blive reason-to-go og hjælpe med at øge kendskabet (og dermed sandsynligheden for genbesøg) til Sorø.
- Sorø Kommune kan opsætte forventninger til turismetiltrækning for strategisk udvalgte begivenheder og oplevelser, de selv driver eller støtter økonomisk. På den måde bliver tiltrækning af besøgende et erklæret mål og et strategisk pejlemærke for udvalgte begivenheder i Sorø.
- Flere årligt tilbagevendende begivenheder i Sorø er velbesøgte blandt lokale – udviklingspotentialiet kan ligge i at målrette oplevelsen og kommunikationen af disse begivenheder til turister.
- Målret og arbejd strategisk med at styrke oplevelser og events, så de egner sig og henvender sig til turister. Her må man gå ind i de enkelte oplevelsestilbud og vurdere, hvad der skal til for at gøre den attraktiv over for turister. Det kan både være de praktiske behov eller oplevelsesbehovene eller begge områder, man skal arbejde fokuseret med jf. side 9.
- Øg kendskabet til eksisterende oplevelser blandt lokalbefolkningen generelt og blandt frontpersonale på overnatningssteder og kultursteder specifikt. Dermed kan de inspirere og informere gæsten om kommunens kulturudbud.



Peter Lesley/Kyndelmissé

# UDVIKLINGSPOTENTIALIA 2: BILLEDKUNST & KUNSTHÅNDVÆRK SOM STYRKEPOSITION

## Styrkede kunstoplevelser på tværs af museer, gallerier og kunstnere

Sorø Kunstmuseum er en af de attraktioner, flest borgerne i Sorø Kommune vil anbefale turister at besøge. Samtidig findes et bredt udbud af mindre, private gallerier samt lokale kunstnere og kunsthåndværkere på tværs af kommunen. Mængden af kunststeder og -aktører i Sorø Kommune peger på et potentiale for at udvikle kunstoplevelser til en styrkeposition, hvis de mange kunstaktører kombineres med Sorø Kunstmuseum som et fyrtårn med særlig tiltrækningskraft.

## Involverende formater styrker oplevelsen og interessen

Inden for kulturturismen er en tendens, at turister i stigende grad vil involveres i oplevelserne. Begrebet "Creative Tourism" dækker over oplevelser, der giver besøgende mulighed for aktiv deltagelse i kurser og læringsoplevelser, som er karakteristiske for den feriedestination, de tager til.

Oplevelsesformater, der indbyder til kreativ udfoldelse i form af værkstedsaktiviteter eller workshops, kan altså både imødekomme en interesse hos borgere og de kreative kulturturister.

## Undersøgelserne viser, at...

### Sorø har et finmasket og bredt udbud af kunst og kunsthåndværk i hele kommunen

Fra statsanerkendte museer i Sorø by til udøvende kunstnere fordelt i hele kommunen på tværs af især maleri og keramik.\*



### Høj interesse fra borgerne i at gå på museum og lave kreative aktiviteter

60 pct. har besøgt et museum inden for det seneste år, heraf har knap halvdelen besøgt museerne i kommunen. Der er også et højt aktivitetsniveau blandt borgere i individuelle kreative aktiviteter, herunder fx håndarbejde (24 pct.), tegne/male (12 pct.) og keramik (3 pct.).\*

### Kunstoplevelser kan tiltrække flere gæster

Forbedrede, kulturelle oplevelser (fx gallerier, teatre) er en afgørende driver for at tiltrække flere danske gæster og gøre området endnu mere attraktivt for kulturturister\*\*.

\* Kulturprofil for Sorø Kommune, Kulturens Analyseinstitut, 2025

\*\* Potentialeanalyse for turismen i Sorø Kommune, Destination Sjælland, 2024

# UDVIKLINGSPOTENTIALIA 2: BILLEDKUNST & KUNSTHÅNDVÆRK – NYE OPLEVELSESFORMATER OG STYRKET SAMARBEJDE

## Anbefalinger

- Styrk samarbejdet mellem store og små aktører inden for kunst og kunsthåndværk. Det kunne fx være gennem udvikling af oplevelsestilbud på tværs af steder, gensidig synlighed på kommunikationskanaler og fælles, tematiseret markedsføring.
- Brug Sorø Kunstmuseum som fyrtårn for kunstoplevelser i Sorø
- Skab oplevelsesformater, der indbyder til kreativ udfoldelse i form af værkstedsaktiviteter og workshops. Det kan både imødekomme en interesse hos borgere og de kreative kulturturister.
- Mange mindre gallerier og kunsthåndværksbutikker har begrænsede åbningstider. Der er potentiale i at koordinere disse på tværs fx første lørdag i hver måned / hver anden søndag for at sikre et større besøgsudbud på samme tid samt en klar og forståelig kommunikation.
- 'Kunst i Pinsen' er et begivenhedsformat, der samler mange aktører under ét fælles brand. Det gør, at det er en udflugt værd for besøgende, da der er en vis volumen at opleve. Lignende events kunne gennemføres flere gange årligt.
- Der er et potentiale at flytte kunsten ud af murene og ind i nye rammer i nye samarbejder mellem aktører på destinationen fx tilbyde flytbare pop-up-formater, hvor turisterne i forvejen befinder sig på campingpladser, i byrum etc.



# UDVIKLINGSPOTENTIALIA 3: KONCERTER & KIRKER SOM STYRKEPOSITION

## En unik styrkeposition fordelt over hele kommunen

I Sorø Kommune er der et stort udbud af koncerter, hvoraf en del bliver afholdt i kirker fordelt i hele kommunens geografi. Der ligger et potentiale i at koble det store udbud af koncerter sammen med et særligt fokus på de lokale kirkers smukke rum og akustik.

Det er oplagt at bruge den velkendte Klosterkirke som et fyrtårn, der kan tiltrække opmærksomhed og sprede den til de mindre aktører, der løfter den samme oplevelsestematik. Her er endvidere et særligt potentiale i, at klosterkirken lægger rum til den klassiske musikfestival, Sorø Internationale Musikfestival, der har en stærk forening bag sig.

## Spred turisterne ud til mikrodestinationer i destinationen

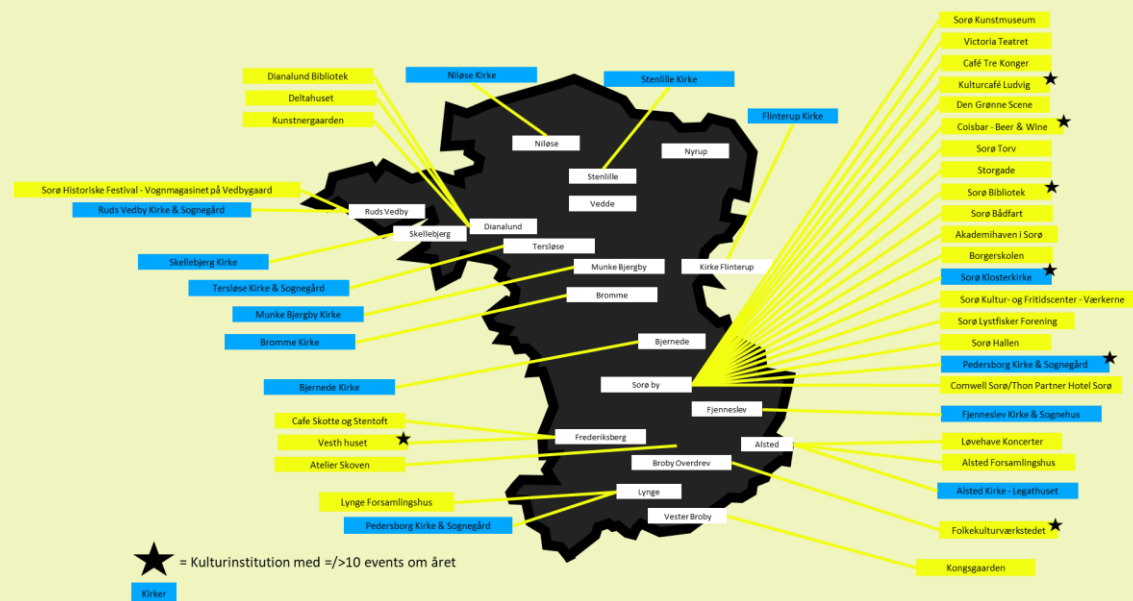
Potentialet om at koble koncertoplevelser med stedspecifikke kirker taler ind i trenden om, at kulturturister i stigende grad efterspørger mikrodestinationer i destinationen. De vil det autentiske, deltage i det lokale liv og opleve kulturen og atmosfæren tæt på.

Klassiske koncerter i kirker tilbydes i hele Sorø Kommune, og det kan blive en anledning til at sprede turisterne ud i geografien til små mikrodestinationer i destinationen. Dette kan gøres ved at øge synligheden af og kendskabet til eksisterende arrangementer og oplevelser, men også ved at udvikle nye formater særligt rettet mod turister.

## Undersøgelserne viser, at...

### Antallet af koncerter i Sorø Kommune er stigende

Et højt – og stigende antal – koncerter i kommunen, i 2024 opgjort til i alt 213 koncerter, på et bredt udvalg af scener i hele kommunen. Heraf 7 med mere end 10 årlige arrangementer.\*



### Kirker er ofte scene til koncerterne

Flere kirker i Sorø Kommune er lokation for koncerter. Særligt Sorø Klosterkirke har et stabilt og aktivt musikprogram, herunder Sorø Internationale Musikfestival\*.

### Klosterkirken er velkendt blandt potentielle turister

Sorø Klosterkirke fremhæves som et af de bedst kendte steder i Sorø Kommune og kan derfor bruges som fyrtårn.\*\*

\* Kulturprofil for Sorø Kommune, Kulturens Analyseinstitut, 2025

\*\* Potentialeanalyse for turismen i Sorø Kommune, Destination Sjælland, 2024

# UDVIKLINGSPOTENTIALIA 3: KONCERTER & KIRKER – KOORDINATION AF OPLEVELSESTILBUD OG MERE SYNLIGHED

## Anbefalinger

- De mange kirker kan koble og koordinere koncertrækker over fx fælles temaer og dermed gøre brug af fælles markedsføring. Her kan Sorø Klosterkirke med fordel bruges som fyrtårn. Begynd med få, stærke oplevelseskoncepter af høj kvalitet.
- Styrk den samlede oplevelse og attraktionskraft ved at binde koncerterne og kirkerne sammen i målrettede koncepter fx tre koncerter i tre forskellige kirker eller koncert med middag. Det gælder om at skabe koncepter, der er attraktive og har et vist oplevelsesindhold, som også er nemme at kommunikere og forstå for potentielle gæster.
- Udover øget kommunikation og markedsføring af styrkepositionen "konserter & kirker", så bør der også kigges på både sammenhængskraften mellem kirkerne og en styrket iscenesættelse af selve oplevelsen.
- Afhold flere kirkekonserter og sørg for, at de kommunikerer tilstrækkeligt – både over for kirkens lokalsamfund, men i lige så høj grad også regionalt.
- Det segment af kulturturister, der søger mikrodestinationer, vil gerne i snak med de lokale, og man kunne tænke i at udvide oplevelsen. Det kunne fx være at tilbyde koncert og langbordsmiddag, koncert og en guidet tur i det lokale miljø, måske ligefrem med et glas vin hos en lokal. Dette er også produkter, som på sigt kan give en indtægt til menigheden til gavn for kirkens lokalsamfund.



Poul-Jørgen Larsen, Destination Sjælland

# UDVIKLINGSPOTENTIALIA 4: SORØ BY SOM HELHEDSOPLEVELSE

## Sorø by har oplevelsestæthed og størst kendskabspotentiale

Størstedelen af oplevelsesudbuddet i Sorø Kommune ligger i Sorø by, og oplevelsestæthed er et vigtigt parameter i tiltrækningen af turister. Det faktum, at turister kan få en halv- eller en heldagsoplevelse inden for et afgrænset geografisk område, er afgørende, hvis man fx skal tiltrække endagsturister fra København eller de mange nærliggende feriehusområder.

Foruden oplevelsestætheden i Sorø by, er det også i byen, at de mest kendte og anbefalede steder og attraktioner ligger hhv. Sorø Akademi, Sorø Klosterkirke og Sorø Kunstmuseum.

Der er et naturligt potentiale omkring byen som en attraktiv destination, og dermed i at styrke attraktiviteten af Sorø by over for turister, både danske og udenlandske.

Flere turister giver et større kundegrundlag, hvilket igen kan bidrage til mere liv i byen i form af flere spisesteder og shoppingmuligheder. Noget mange danske byer kæmper med i dag, og som har betydning for byens borgere.

I Sorø by er der et særligt potentiale i at koble kulturlivet til den bynære natur, som bliver fremhævet af både lokale og potentielle, danske turister. Samtidig er efterspørgslen på oplevelser og destinationer, der er gode til at koble kultur- og naturoplevelser en stærk og blivende kulturturisme-trend.

## Undersøgelserne viser, at...

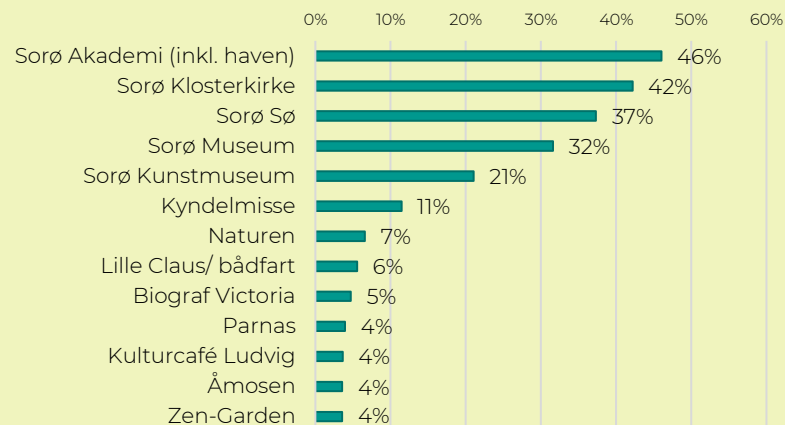
### Højt niveau af deltagelse i og tilfredshed med kulturoplevelser

Især blandt borgere i den sydlige del af kommunen (og herunder Sorø by), hvor der også er den største koncentration af udbuddet.\*

### Stolthed blandt borgerne over attraktioner i især Sorø by

Alle de mest anbefalede attraktioner er beliggende i Sorø by.\*

#### Mest anbefalede attraktioner blandt borgerne i Sorø Kommune



### Sorø by er central i potentielle turisternes aktuelle kendskab til området

Sorø by beskrives som en hyggelig og charmerende by i naturskønne rammer. Sorø Akademi, Sorø Sø og Sorø Klosterkirke fremhæves som de bedst kendte steder.\*\*

### Potentielle turister efterspørger flere overnatningsmuligheder og mere liv i byen

Potentialeanalysen fremhæver et ønske om et mere levende bymiljø med flere spisesteder, caféer og hyggelige gader.\*\*

\* Kulturprofil for Sorø Kommune, Kulturens Analyseinstitut, 2025

\*\* Potentialeanalyse for turismen i Sorø Kommune, Destination Sjælland, 2024

# UDVIKLINGSPOTENTIALIA 4: SORØ BY – FORBINDELSER MELLEM KULTUR, NATUR OG EN ATTRAKTIV BYMIDTE

## Anbefalinger

- Gør Sorø by mere attraktiv over for turister, både danske og udenlandske. Det skal ske ved at sikre mere liv i byen, fx gennem events, oplevelsestilbud kombineret med planlægning for flere spisesteder, hyggelige butikker og shoppingmuligheder samt bynær overnatning.
- Der er allerede en række udviklingstiltag og investeringer i gang eller i pipeline i Sorø by, og det er afgørende at sikre, at disse understøtter styrkepositionerne og spiller sammen med tiltrækning af turister generelt og kulturturister specifikt.
- Skab tydeligere koblinger mellem kulturoplevelser til den bynære natur fx gennem skiltning, stier og ruter. Men også ved at udvikle guidede ture, eksplorative gåder målrettet børnefamilier eller særlige arrangementer, der kobler oplevelserne indendørs med udendørsoplevelser ved Sorø Sø, i Akademihaven og i byrummet. Oplevelserne skal være af høj kvalitet, så de er værd at rejse efter, online bookbare og nemme at kommunikere over for potentielle besøgende.
- Brug de i forvejen kendte attraktioner som en del af de pakketerede oplevelser, som også skal introducere de besøgende for mindre kendte oplevelser fx gennem et samarbejde med lokale erhvervsdrivende.



Evan Hemmingsen/Destination Sjælland

**KULTUR, NATUR OG HISTORIE**

**POTENTIALER FOR  
KULTURTURISME I SORØ  
KOMMUNE**