

Norddjurs Kommune,  
Kultur- og Fritidsudvalget 26. april 2021

 VisitAarhus

# Status fra VisitAarhus 2020

Sådan er det gået:

|                | 2019       | 2020       | % ændring fra 2019 til 2020 |
|----------------|------------|------------|-----------------------------|
| Aarhusregionen | 4.222.357  | 3.825.692  | -9,4%                       |
| Aarhus         | 1.200.167  | 797.459    | -33,6%                      |
| Norddjurs      | 786.817    | 845.257    | 7,4%                        |
| Randers        | 131.434    | 107.001    | -18,6%                      |
| Skanderborg    | 171.524    | 146.851    | -14,4%                      |
| Silkeborg      | 635.422    | 565.512    | -11,0%                      |
| Syddjurs       | 1.049.493  | 1.158.943  | 10,4%                       |
| Viborg         | 247.500    | 204.669    | -17,3%                      |
| Danmark        | 56.059.265 | 44.515.805 | -20,6%                      |

129 partnere på Djursland i 2020

**Fusionsaftalen:**

Turistkontoret i Grenaa – mobil turistinfo.

Turistkontoret på Anholt – Samarbejde  
med Færgkontoret

Feriehusudlejning på Anholt overdraget til Novasol.

**Øvrigt:**

Djurspakken er blevet til VisitBox.dk

Camp Now - et DK-revitaliseringsprojekt for  
campingsektoren – to pladser er med.

Naturpark Randers Fjord

Coast to Coast – Grenaaens Opland


Regional Havplanlægning i det vestlige Kattegat

A woman in a blue shirt is smiling and showing a bunch of seaweed to a young boy. The boy is also smiling and looking at the seaweed. They are outdoors near a body of water under a clear blue sky.

# A great place to live is a great place to visit!

Bæredygtig vækststrategi for turismen i  
AARHUSREGIONEN  
Fra 2021

**Introduktion**

 VisitAarhus

# Drømmen om mere og bedre turisme



**Strategien rummer nye spilleregler og tre fremtidige spor:**

- 1. Balanceret vækst**
- 2. Lokal stolthed og fællesskab**
- 3. Grønnere turisme**

# Et bredere perspektiv på turisme



## Tid til et grønt gearskifte

- Bæredygtighed som forudsætning for (en anden) vækst.
- Balance mellem positive effekter af turismerelateret vækst og bæredygtighed
- Fra mere til bedre turisme!

## A great place to live is a great place to visit

- Turisme er ikke et **mål** i sig selv men et **middel**
- Destinationsudvikling er stedsudvikling
- Værdiskabelse

# Disse hovedtendenser skal vi have øje for fremadrettet

Hybride  
formater

Localhood  
'Det nære'

Digitalisering

Fokus på  
'Sikker' og  
'Ren'

Ændrede  
rejse-  
mønstre

Deglobalisering

Data- og  
evidensbaseret

Situations  
bestemt  
forbrug

# 1. Balanceret vækst

**Vi skal arbejde i retning af en klog og bæredygtig vækst i turismen i Aarhusregionen med en ambition om at styrke turismeerhvervet og sikre erhvervet på lang sigt**

- Turismen skal tilbage på vækstsporet, og vi vil sætte ambitiøse vækstsmål for tiltrækning af møder og konferencer samt overnatningstal og turismeomsætning
- De internationale gæster skal igen besøge Aarhusregionen
- Turismevirksomhederne skal hjælpes igennem krisen ved at fokusere på innovation, forretningsudvikling og nye partnerskaber
- Tilgængeligheden til Aarhusregionen skal genoprettes
- Gæsterne skal bruge flere penge
- Kapaciteten skal øges og udnyttes bedre
- Turismen er et middel til at styrke hele Aarhusregionen og tiltrække samt forrente investeringer ud fra et bredere erhvervsudviklingsperspektiv

## **Konkrete målsætninger:**

- Vækst i antal gæster, internationale gæster og besøgsparate gæster
- Vækst i turismerelateret omsætning og døgnforbrug
- Vækst i overnatningskapacitet og tilgængelighed



## 2. Lokal stolthed og fællesskab

Turismen skal i højere grad understøtte livskvalitet og lokal stolthed hos de mennesker, der bor i Aarhusregionen og herigennem styrke gæsternes oplevelse af destinationen

- Der skal skabes øget lokalt engagement som platform for dialog mellem gæster og lokale
- Gæsterne skal bydes velkommen i vores fællesskab
- Der skal kommunikeres autentisk og i øjenhøjde
- Stedernes attraktivitet er løftestang for en stærkere turisme
- Gæstetilfredsheden skal øges

### Konkrete målsætninger:

- Vækst i antallet af frivillige
- Større opbakning fra borgerne
- Flere tilfredse gæster

## 3.Grønnere turisme

Vi skal arbejde i retning af en grønnere og mere bæredygtig turisme ved at styrke og motivere turismevirksomheder og gæster til at træffe de bæredygtige valg

- Den grønne omstilling i turismen skal løftes i forpligtende partnerskaber
- Det grønne valg skal være nemt og tilgængeligt for gæsterne.
- Væksten skal primært komme fra nærmarkederne, fordi det er mere bæredygtigt
- Der skal skabes bedre grundlag for innovation og produktudvikling
- Bedre indikatorer og målemetoder skal sikre, at der sker en reel forandring

### **Konkrete målsætninger:**

- Flere certificerede virksomheder i destinationsgeografien
- International rangeret og certificeret destination
- Implementering af nye målemetoder og framework for monitorering af grønne indikatorer



## Projekt: Grøn Genstart

### Indsats målrettet turismevirksomheder

1. **NETVÆRK:** Viden, inspiration og grønne ambassadører
2. **BRANDING:** Stærk story-telling og rød tråd
3. **MARKEDSFØRING:** Beskrivelse af case-virksomheder og grønne produkter til leisure- og erhvervssegmentet

An aerial photograph of a large, circular stone structure, possibly a bridge or a monument, situated in a body of water. The water is a deep teal color, and the stone structure is a light tan color. The text is overlaid on the image, centered within the circular structure.

# **SAMMEN ER VI STÆRKEST**

Vi er ny SAMLET destination med kritisk masse

Vi har et unikt udgangspunkt med en  
helstøbt produktportefølje

**Vi kommer kun  
videre og fremad i  
fællesskab!**

VisitAarhus