



# Aftaleramme for VisitMariagerfjord

---

VisitMariagerfjords primære formål er at udvikle turismen i Mariagerfjord Kommune. Dette gøres i form af partnerskaber med turismeaktører, markedsføring, udviklingsaktiviteter og projektudvikling. Formålet løftes primært ved at skabe synlighed ved hjælp af online tilstedeværelse på: hjemmeside, sociale medier, GuideDanmark, og værktøjer som eksempelvis Google Adwords.

Partnerskaber iværksættes ved tilbud om partnerskaber fra VisitMariagerfjord til erhvervet. Partnerskaberne har til formål at genere indtægt til samlet markedsføring af hele destinationen og skabe synlighed for partnerne på det danske og de udenlandske markeder.

Markedsføring iværksættes igennem VisitMariagerfjord, hvor destinationen brandes samlet og med fokus på de erhvervsaktører der har givet økonomisk tilskud til den fælles markedsføring. Herudover bliver der sat fokus på de naturoplevelser der er i området, samt synliggjort hvilket produkttilbud der i forhold til oplevelser, spisning og overnatningssteder.

Udviklingsarbejdet iværksættes i samarbejde med Nordjyske Turistchefer (NTC) og Business Region North (BRN) samt de omkringliggende destinationer og turismeaktører, som eksempelvis VestHimmerland og Rebild med henblik på at styrke Destination Himmerland. Hertil kan også Hærvejssamarbejdet med forankring i Viborg Kommune nævnes, samt overvejelser om øvrige tværkommunale samarbejder, bl.a. Randers og samarbejde med Norddjurs Kommune i forhold til ny Stenaline færge Grenaa/Varberg.

Projektudvikling iværksættes ved deltagelse i tværkommunale projekter, eks. BRN, Hærvejen eller lignende. Men kan også være lokale udviklingsprojekter, hvor VisitMariagerfjord kan bidrage med viden og koordinering i forhold til projekter, der er med til understøtte turismeudviklingen i destinationen.

VisitMariagerfjord arbejder med at højne kvaliteten i destinationen ved blandt andet at understøtte kompetenceudviklingen blandt turismeaktørerne, synliggøre destinationens produkter samt at markedsføre destinationen både nationalt og internationalt.

VisitMariagerfjords hovedmission er at tiltrække flere turister til kommunen og understøtte erhvervet ved at højne kvaliteten af oplevelserne, og ved at sikre det bedste værtskab samt at øge omsætningen og indtjeningen hos turismeerhvervet.

## Formål

VisitMariagerfjord arbejder indenfor rammerne af Mariagerfjord Kommunes vedtaget turismepolitik, hvor der er tildelt en større operatørrolle med hensyn til

produktudvikling, koordinering af markedsføring af turismen (herunder drift af kommunens turistbureauer) og kompetenceudvikling af turismeaktørerne.

VisitMariagerfjord udarbejder individuelle samarbejdsaftaler med de fem turistforeninger i kommunen for områderne udefra den overordnede kommunale strategi. Turistforeningerne skal på sigt fungere som ambassadører for VisitMariagerfjord, hvor der samarbejdes om at være fortalere for VisitMariagerfjords partnerskaber overfor turisterhvervet i det pågældende område. Samarbejdsaftalen mellem VisitMariagerfjord og turistforeningerne skal sikre turismeudviklingen i områderne og være med til at drifte decentral turistservice i de områder, hvor dette er relevant.

## Organisering

Organiseringen af turismeudviklingsarbejdet i VisitMariagerfjord består af følgende hovedelementer:

### *VisitMariagerfjord*

Organisationens primære formål er at udvikle turismen i Mariagerfjord Kommune. Dette gøres ved at danne partnerskaber med turismeaktørerne, markedsføring, udviklingsaktiviteter og projektudvikling. Udviklingen sker gerne i samarbejde med andre destinationer i Nordjylland.

VisitMariagerfjord arbejder med at højne kvaliteten i destinationen ved blandt andet at understøtte kompetenceudviklingen blandt turismeaktørerne.

VisitMariagerfjords hovedmission er at understøtte erhvervet i at:

- At øge antallet af turister i Mariagerfjord Kommune
- Højne kvaliteten af oplevelserne
- Forbedre turismeproduktet
- Sikre det bedste værtskab

Det gøres i form af partnerskaber med turismeaktører, markedsføring, udviklingsaktiviteter og projektudvikling. Formålet løftes ved at skabe synlighed ved hjælp af online tilstedeværelse på hjemmesiden [www.visitmariagerfjord.dk](http://www.visitmariagerfjord.dk), sociale medier som eks. Facebook og Instagram samt ved at anvende værktøjer som eksempelvis Google Adwords.

Derudover løfter VisitMariagerfjord opgaven med gæsteservice. I dag løses denne opgave bl.a. ved at drifte 3 turistbureauer (Hobro, Mariager og Øster Hurup), samt ved at distribuere brochurer lokalt i hele området ca. 200 antal steder. Den digitale gæsteservice foregår via App samt en opstillet touchskærm i Øster Hurup.



### *Advisory Board*

VisitMariagerfjord er kommunens rådgivende organ i forhold til turismeudvikling, derfor ønsker vi at nedsætte et advisory board, der sammensættes af turismeinteressenter i Mariagerfjord Kommune, og har til opgave at rådgive VisitMariagerfjord vedrørende fremadrettet turismeudvikling i Mariagerfjord Kommune. Turismeaktørernes indflydelse og sparring hjælper VisitMariagerfjord i arbejdet med at styrke turismen i området.

Der lægges i samarbejdet vægt på, at advisoryboardet har en rådgivende rolle i forhold til VisitMariagerfjord samt at dette understøtter samarbejdet i kommunen. Sammensætningen af turismeaktørerne fungerer som et rådgivende organ og der ikke har formel indflydelse og magt til at bestemme VisitMariagerfjords mål og retning. Advisory boardet vil blive udpeget efter personlige kompetencer.

### **Mål**

Overordnede mål for VisitMariagerfjord er at understøtte erhvervet og relevante foreninger i den fremtidige turismeudvikling i Mariagerfjord Kommune, således at det bliver muligt at øge turismeforbruget (556 millioner i 2014). At øge antallet af turismeovernatninger i kommunen med 5% og som minimum opnå samme vækst som den nationale forventning til øget overnatning.

En del af væksten kommer af at skabe et bedre samarbejde med det eksisterende turismeerhverv samt ved at udnytte den eksisterende kapacitet i ydersæsonerne. Turisterhvervet skal motiveres til at skabe flere salgbare produkter, effektiv markedsføring, samt til at udvikle kompetencer i forhold til værtskab, drift og nytænkning.

### **Definition af principper for VisitMariagerfjord**

For at styrke arbejdet med at udvikle turismen og oplevelserne i Mariagerfjord Kommune arbejdes der i VisitMariagerfjord efter nedenstående principper:

1. Flere turister: VisitMariagerfjords mål at understøtte erhvervet i at vækste indenfor leisuriturismen.
2. Kvalitetssikring af turismen: VisitMariagerfjord skal kvalitetssikre turismen ved at tilbyde den bedste viden, oplevelser og værtskab til turister og turismeaktører.
3. Tematiseret turisme: VisitMariagerfjords grundlæggende fokus er tematiseret turisme. Mariagerfjord Kommune er sammensat af natur, mange oplevelser, mange små aktører og en stor geografisk spredning. Dette betyder at VisitMariagerfjord udover at brande kommunen vil favne bredden af turismeaktørerne i kommunen, men hvor økonomisk- og brandingstærke aktører i samarbejde med VisitMariagerfjord viser vejen for destinationens øvrige erhverv.
4. Samarbejde på tværs: VisitMariagerfjord skal være understøttende primus motor og sparringspartner for turismeaktørerne. Det vil sige, at samle,



skabe samarbejde og ejerskab blandt turismeaktørerne – herunder turismeorganisationer, Mariagerfjord Erhvervsråd, turistforeninger, andre foreninger, private aktører, Nordjylland, Midtjylland og Himmerland.

5. Sikre fokus på produktudvikling: VisitMariagerfjord skal sikre økonomisk bæredygtighed for Mariagerfjord Kommunes turismeaktører – især med henblik på VisitMariagerfjords partnere. Dette sker igennem markedsføring af området, salg af pakketerede produkter, projektudvikling samt faglig sparring med VisitMariagerfjord.
6. Markedsføring: VisitMariagerfjord vil synliggøre de oplevelser og aktiviteter der er i Mariagerfjord Kommune gennem forskellige markedsføringsaktiviteter. Vi vil fortsat arbejde med nærmarkederne: Danmark, Tyskland, Norge, men på sigt også lave indsatser på vækstmarkederne Sverige og Holland. Der vil årligt blive udarbejdet en markedsføringsstrategi for det næste kalenderår. Samt være en årlig dialog med erhvervet om erfaringer og vidensdeling.

## Handling

Analyser, principper, strukturer og ressourcer er nødvendige, men ikke tilstrækkelige forudsætninger for succes. I Mariagerfjord Kommune skal der måles på kvaliteten af det lokale samarbejde med at udvikle turisme og oplevelser samt de konkrete handlinger i forbindelse med dette.

Der skal være fokus på at understøtte en omfattende udvikling på alle niveauer i destinationen og i værdikæden. Udvikling skabes i de private virksomheder og i de offentlige institutioner, der er kernen i Mariagerfjord Kommunes turisme.

Konkrete handlinger/indsatsområder for 2018-2020 som gennemføres i fællesskab med diverse involverede aktører, såsom det politiske udvalg, partnere og erhvervet.

### *Konkrete handlinger for 2018-2020*

1. Fornyelse af eksisterende partnerskaber samt opsøgende salg i forbindelse med nye partnerskaber
2. Positionering i forhold til BRN, NTC og turismeudviklingsorganisationer i forbindelse med turismefremmearbejde, herunder større synlighed af VisitMariagerfjord.
3. Aktiv deltagelse i opbygningen og gennemførelsen af et strategisk samarbejde mellem VisitMariagerfjord, Mariagerfjord Erhvervsråd og de øvrige afdelinger i Mariagerfjord Kommune.
4. Optimering af online synlighed via videreudvikling af digitale platforme, herunder egen hjemmeside (VisitMariagerfjord og Seatrout Mariagerfjord) og de sociale medier. Destinationens aktører skal sikres digital kompetenceudvikling i destinationsmarkedsføring ved at gennemføre kurset målrettet erhvervet.



5. Særligt fokus på tematisering af produkter hos erhvervet, herunder tematiseret konceptudvikling for at øge online salg.
6. At sikre, at udviklingspotentialet i camping erhvervet bliver udfordret i samarbejde med andre turismeorganisationer på tværs af Nordjylland – eksempelvis gennem Campingprojektet i BRN.
7. Omorganisering af turistinformationen
  - a. Opbygning af decentral turistinformation ved eks. Maritimt Center, Gasmuseet, Fyrkat (evt. i samarbejde med Nordjyske Musser), ubemandet Svanehus eller anden central placering i Hobro.
  - b. Mobil turistinformation, der kan rykke ud ved events/arrangementer/lignende
  - c. Omorganisering/Nedlukning af det fysiske bureau i Hobro med mulighed for placering på decentrale steder nævnt under punkt 7.a
8. Understøtte erhvervet med kompetenceudvikling
9. Markedsføring af destinationen til nærmarkederne
10. Oprette online forum for turisterhvervet i Mariagerfjord Kommune

### Økonomisk ramme

Hvert andet år indgår VisitMariagerfjord en aftaleramme med Mariagerfjord Kommune for den kommende 2-årige periode. VisitMariagerfjord måles konkret på 10 handlinger, der er defineret forud for perioden, og sekundært på partnertilfredshed, partnerinvolvering, forventet økonomisk vækst samt politisk italesættelse af turismepolitik.

Den økonomiske ramme for 2018 er fastsat til en nettoramme på 2.800.000 kr.

Vækst kræver øget fokus på online markedsføring og faglige kompetencer hertil, samt øget fokuseret udviklingsarbejde. Derfor er det nødvendigt at omorganisere den traditionelle turistservice ved at nedlukke et turistbureau samt reducere åbningstiden på de øvrige bureauer udenfor sæsonen. Det er nødvendigt at modernisere turistservicen til at være der hvor turisten er, så der opnås større berøring med turisterne der hvor de opholder sig ved fysiske attraktioner og erhvervet samt på smartphone på de online platforme.

For at kunne fremtidssikre turismeudviklingen i kommunen, vil det være nødvendigt med stærke kompetencer indenfor online markedsføring. Hvilket vil kunne gennemføres grundet en vakant stilling.

2017 har været et turbulent år med ny leder, ombygning, omorganisering, tilpasning, osv. Derfor forventes der at være ubrugte midler, der vil indgå i regnskabet for 2017 til overførelse i 2018.

Driften af 3 turistbureauer er ikke bæredygtig på sigt. Derfor anbefales det at Hobro Turistbureau nedlukkes, og at der internt vil blive lavet en omorganisering. Selve lukningen af bureauet vil give en årlig besparelse på: husleje 24.000 kr. plus udgifter til el, vand, varme. Ved samtidig at reducere omkostningen til medarbejder med



funktionen turistinformation, vil der blive frigivet ressourcer til at kunne ansætte en skærpet online profil.

Det ønskes i stedet at placere decentral turistinformation ved eks. Gasmuseet samt Fyrkat i form af digital turistinformation og brochuremateriale i det nødvendige omfang. Det ønskes at etablere et korps af sæsonansatte, der kan træde til i spidsbelastning i højsæsonen samt etablering af frivilligt ambassadørkorps, der kan bistå med assistance i forhold til afvikling af events/større arrangementer samt bidrage til turistinformation.

### **Konkrete anbefalinger**

Ved at se på strukturen for VisitMariagerfjord, og de potentielle muligheder der er for turisterhvervet i kommunen anbefales følgende:

- Etablering af samarbejdsaftaler med turistforeningerne for at gøre disse mere aktive i forhold til turismeudvikling
- Nedsætte et advisoryboard, der fungerer som et rådgivende organ og ikke har formel indflydelse eller magt til at bestemme VisitMariagerfjords mål og retning
- Fokus på værdikæde samarbejde - udvikling skabes i de private virksomheder og i de offentlige institutioner, der er kernen i Mariagerfjord Kommunes turisme
- Omorganisering af VisitMariagerfjord
  - Fokus på online markedsføring
  - Fokus på udviklingsarbejde
  - Omorganisering af den traditionelle turistservice ved at nedlukke et fysisk bureau samt at reducere åbningstiden i ydersæsonen
  - Decentral placering af turistinformation ved eks. Gasmuseet samt Fyrkat i form af digital turistinformation og brochuremateriale
  - Etablering af korps af sæsonansatte, der kan træde til i spidsbelastning i højsæsonen samt etablering af frivilligt ambassadørkorps
  - Udarbejdelse af ny kommunal turismestrategi