

# Nyhedsbrev

Nr. 2 august 2007

## Indhold

### Vision 2020

*Mit Nordjylland – aktiv, kreativ og tid til det gode liv*

- Nordjysk turisme har en vision!
- Nordjysk turisme i 2020 med et fremtids scenarie
- Vision 2020 Mit Nordjylland – aktiv, kreativ og tid til det gode liv
- Strategi og indsatser 2008 – 2010
- Fra strategi til handling



## Nordjysk turisme har en vision!

### Kort resumé af visions- og strategiprocessen

#### *Hvor vil nordjysk turisme hen?*

Det har været arbejdstitlen i den proces, hvor VisitNordjylland har arbejdet med at afklare en vision for den nordjyske turismeregion. Vision 2020 for nordjysk turisme er skabt gennem en omfattende visionsproces i foråret 2007, og på den baggrund er udarbejdet en strategi for 2008 – 2010, hvor vision, strategi og indsatser er formuleret sammen med de nordjyske aktører. På baggrund af visionsseminar, fremtidsscenarioer, udvalgsarbejde, fokusgruppearbejde og bestyrelsesarbejde er afdækket en række elementer til en nordjysk turismeprofil baseret på nordjyske styrker. De er sammenfattet i visionen: *"Mit Nordjylland – aktiv, kreativ og tid til det gode liv"*, og udfoldet i den samlede turismestrategi, som bygger videre på de gode resultater i KickStart Nordjylland projekterne.



På VisitNordjyllands hjemmeside [www.visitnordjylland.dk](http://www.visitnordjylland.dk) under Presse og Erhverv kan Vision 2020 processen følges gennem seminar, vision, strategi, analyser mv.

## Scenarie for nordjysk turisme 2020

*Hvilke oplevelser vil Nordjylland tilbyde? Hvilke gæster besøger Nordjylland? Hvor overnatter de, hvor og hvad spiser de? Her beskrives et fremtidsbillede - et scenarie for visionen – her er vi i 2020!*

## Mit Nordjylland 2020 – aktiv og kreativ med tid til det gode liv

I Nordjylland opfyldes drømmen om det aktive, sjove og gode liv. I Nordjylland hersker en høj bevidsthed om kvalitet, aktivitet, kreativitet og det nydende. Nordjylland er sommerferie – hele året. Lykkelige er de, som også bor her! Nordjylland er stjerneoplevelser, der mærkes.

Nordjylland har bevæget sig fra traditionel turisme til at være et moderne oplevelseserhverv med fokus på certificeret kvalitet for ophold og oplevelse. Det er sket gennem processer med at turde tænke mere, større og flere – og så et samtidigt fokus på sanselighed, afslappethed og nærvær. Og så hænger det hele sammen med, at i Nordjylland arbejdes der på tværs af kommuner, på tværs af brancher, på tværs i hele regionen.

Nordjylland er både sjove, vilde og mere tilbagelænedede oplevelser som appellerer til mange. Nordjylland er lækker mad og aktiviteter, og ikke mindst er der også bare fred og ro, hvor det føles som om tiden går lidt langsommere. I Nordjylland kan man være helt sig selv som en værdsat gæst. Her kommer både børnefamilier, storfamilier, nye familier, aktive seniorer og par for at være med. Der kommer mange gæster fra andre regioner og fra nabolandene, hvor naboskabet efterhånden rækker vidt i et åbent Europa.

I Nordjylland er naturen en ramme for oplevelser året rundt – ikke alt er gratis, men derimod værdsættes naturen som værdiskabende for Nordjylland, hvor udviklingen kvalitetssikres og fokuseres på aktive, kreative oplevelser inspireret af stemning og naturlighed. Naturen er også et oplevelsesrum for naturens stilhed, samvær mv. og med både nationalparker, moderne landbrug og vand af alle slags, bliver naturen et spisekammer.



Nordjylland er overnatning, som matcher oplevelserne. Især for børnefamilier giver det indholdet en ekstra dimension, at de nordjyske attraktioner har valgt at have tætte relationer til mange slags overnatning med oplevelser af at bo i en fælles resort. Derudover er der tema feriehuse, familiære gæstehuse og B&B i kulturmiljøer med hjemmelavet morgenmad, både originale og helt nye badhoteller ved vandet, camping med miljørigtig luksus og tæt på naturen, autocamping på havnene og i naturen, sportsferiecentre, kro/hotel med naturen og maden i centrum (strandhotel, gourmethotel, godshotel, skov kro, land kro, færge kro), golf & country og havnemiljøer. Nordjylland har det hele!

Det er nemt at komme til Nordjylland med motorvej, flyruter, højhastighedstog og Nordeuropas største og hurtigste passagerfærger. Og det bedste er, i City er der ingen af delene! Nyd storbyen med bus eller kanalbåd og oplev, hvordan byen byder sig til med designhotel, shopping og caféliv året rundt, hvor også forretningsgæster nyder at slappe af.

## Vision 2020

Vision 2020 er en profil for nordjysk turisme og et billede af den turisme, som vi vil satse på i Nordjylland:



### ***Mit Nordjylland – aktiv, kreativ og tid til det gode liv***

Vision 2020 understreger, at *"Mit Nordjylland"* er vedkommende og nærværende både for nordjyske borgere og de mange, som vælger at være gæster i Nordjylland. *"Aktiv"* er den helt korte essens af, at den unikke nordjyske natur på alle måder opfordrer til både sjove, sunde og udfordrende aktiviteter. Med *"kreativ"* er foretaget et valg til fordel for den involverende og personligt skabende del af det mangfoldige nordjyske kulturliv frem for blot at sigte mod kultur som bredt begreb. Visionens afsluttende del *"tid til det gode liv"* er en fokusering af det image, som i dag med succes anvendes af nordjysk turisme i begrebet – tid til at leve – afsluttet med det lille hjerte. Det budskab er brugbart helt til 2020, og derfor er det brugt til at fokusere på *"det gode liv"*, som rummer både attraktionen i den nordjyske fred og ro, de nordjyske fødevarer og mulighederne for naturligt velvære. Samlet er visionens elementer, kombineret med det nordjyske vidensmiljø og turisterhverv, et stærkt udgangspunkt for udvikling af regionens ferie- og erhvervsturisme.

Vision 2020 indeholder også de strategiske overvejelser til, hvordan visionen skal realiseres:

***Nordjysk turisme skaber værdi og vækst for Nordjylland ved være et internationalt fristed med kvalitetsbevidste, kreative, og gæstfrie oplevelser, rekreation og samvær til gæster året rundt.***



Vision 2020 afsluttes med den fælles opgave, som nordjysk turisme har i de nordjyske oplevelseserhverv:

***Nordjysk turisme udvikler og markedsfører nyskabende, internationale helårsturismeprodukter og turismeservice i nordjysk oplevelsesøkonomi.***

For at løse den opgave, er der sat en række mål for nordjysk turisme med mål for vækst, udvikling, kvalitet og kompetence.

I strategiperioden 2008 – 2010 er det en overordnet målsætning at vende udviklingen fra negativ vækst i nordjysk turisme til et væksthiveau, som matcher landsgennemsnittet. På længere sigt er det et mål, at væksten i nordjysk turisme er højere end landsgennemsnittet. Nordjysk turisme skal holde fast i positionen som Danmarks mest foretrukne feriested, og der skal meldes alt udsolgt i højsæsonen!

#### **Vækst mål**

Det er et 3-årigt vækstmål, at væksten i nordjysk turisme skal minimum være lig med Danmark som helhed gennem en turn around fra stagnation og tilbagegang til beskeden vækst.

#### **Udviklingsmål**

Det er et overordnet mål at skabe sæsonudjævning med vækst i de perioder, som ligger tættest på den egentlige højsæson samt fokus på "nye" sæsoner som f.eks. Jul og Nytår. Beskæftigelsen i nordjysk turisme skal øges, og der skal skabes bedre jobs gennem kompetenceudvikling og sæsonforlængelse. Sæsonudjævning skal baseres på lokale forhold.

#### **Kompetencemål**

Fra service via værtskab til gæstfrihed er udgangspunktet for målsætningen om gæstfrihed, hvor målet er både at højne status for jobs i turismebranchen gennem kompetenceudvikling ift. branchens aktører. Derudover er der tale om generel holdningsbearbejdelse regionalt gennem en sammenhæng mellem lokal selvforståelse og naturlig gæstfrihed.

#### **Kvalitetsmål**

Det er et 3-årigt kvalitetsmål, at Nordjylland er den region i Danmark, som har flest kvalitetsmærker på aktiviteter, attraktioner og på badevand. Nordjysk turisme skal overordnet udvise kvalitetsbevidsthed gennem profil og værdier. Som redskab vægtes certificeringer og mærkningsordninger. I strategien udvælges en række områder for kvalitetsudvikling.



Målet er at føre nordjysk turisme tilbage på vækstsporet og finde sin plads som et globalt orienteret oplevelseserhverv. Værdi og vækst skal hænge sammen; en kvantitativ vækst skal rumme en værdimæssig vækst, og vækst skal som udgangspunkt baseres på en vis volumen og på partnerskaber.

Så kort kan det siges om den proces, hvor nordjysk turisme kommer tilbage på vækstsporet. Indsatserne fører frem til dette mål – både på kort sigt i perioden 2008 – 2010 og på langt sigt frem mod visionen for 2020.



## Strategi og indsatser 2008 - 2010

Udviklingsstrategien for nordjysk turisme i et samlet billede, hvor overskriften " *Mit Nordjylland – aktiv, kreativ og tid til det gode liv*" er den fælles, langsigtede vision for udviklingen i nordjysk turisme og det billede, som erhvervet præsenterer sig med. Strategien for nordjysk turisme retter sig helt overordnet mod de nationale forretningsområder ferieturisme og erhvervsturisme, som VisitDenmark har tre overskrifter for i termerne Kyst, City og MICE. De nationale forretningsområder nås i strategien for nordjysk turisme gennem de syv strategiske indsatsområder, som bliver iværksat med fire temaer og tre strukturprogrammer.



### 4 temaer og 3 programmer

#### Det aktive Nordjylland

Her er der et link til friluftslivet som helhed og der bygges på Nordjyllands styrker i de naturmæssige attraktioner. Her bliver indsatsområderne cykel og vandre, kajak/kano, surf og lystfiskeri samt golf.

#### Det kreative Nordjylland

Er en kreativt involverende satsning, som støtter nye mønstre i oplevelsesøkonomien. Indsatserne er en digital skattejagt og et kreativt netværk af kunsthåndværkere, musik, drama mv. og mulighederne for et kommercielt adventurecenter for rollespil.

#### Det gode liv i Nordjylland

Naturen er rammen om velvære, afslapning og sund nydelse, og der skal udvikles et "Made in Nordjylland" brand for lokale fødevarer, kunsthåndværk og wellness; der skal flere lokale produkter på spisekortet, og der skal skabes et netværk med aktører indenfor den gyldne trekant af det gode liv i Nordjylland.

#### Meet Nordjylland

Nordjysk erhvervsturisme har fokus på at opdyrke nye forretningspotentialer, regionalt samarbejde, videnfagligt samarbejde samt national og international synlighed. Indsatsen indeholder udvikling af faglige værtskaber og ambassadørkorps, fælles messedeltagelse samt nordjysk implementering af Danish Meetings.

#### Strukturprogrammerne

Indsatserne i de tre strukturprogrammer går primært på et fælles helårsturismeprojekt for de nordjyske turismedestinationer, optimale rammer for nordjysk turismeinfrastruktur og udvikling af service og værtskab i den nordjyske turismebranche med fokus på regional gæstfrihed.

Vision 2020 med strategi og indsatser for 2008 – 2010 bygger videre på de mange samarbejdsrelationer fra KickStart Nordjylland projektet, hvor hele turismebranchen og turismefremmesystemet i Region Nordjylland involveres i den turismeindsats, som er en afgørende del af den nordjyske oplevelsesøkonomi.



## Fra strategi til handling

Efter forårets visionsseminar, visionsproces, udvalgmøder og efterfølgende udarbejdelse af strategi for nordjysk turisme, er vision og strategi afleveret til det nordjyske vækstforum sammen med en projektansøgning for den samlede indsats: *"Mit Nordjylland – aktiv, kreativ og tid til det gode liv"*.

Udviklingsstrategiens indsatser er samlet i et ambitiøst projektoplæg til den nordjyske Vækstforum med en 3-årig vækst- og udviklingsperiode 2008 – 2010, hvor kombinationen af vækstforums udviklingsmidler på 30 mio. pr. år og turist-erhvervets egen finansiering på 25 mio. pr. år skal sikre et så kvalificeret afsæt, at vækstmålene kan nås og danne basis for et endnu stærkere investeringsgrundlag i nordjysk turisme, som kan bære erhvervet ind i vækst- og udviklingsperioden 2011 – 2019 frem mod Vision 2020.

Strategiens styrke ligger primært i, at det er lykkedes at samle turismen på regionsniveau og at skabe et fælles ejerskab omkring en fælles vision og strategi, som peger frem imod et ambitiøst oplevelseserhverv. Det er stærkt at ville brande en hel region på gæstfrihed og fælles værdier på tværs af turisme, fødevarer, kultur og bosætning, og det er handlingsorienteret at opkvalificere turismefremmeindsatsen i erhvervs- og iværksætterrådgivning. Dette kommer meget til udtryk i indsatsen for helårsturismeudvikling i Nordjylland, som netop handler om øget alliancedannelse – også i forhold til andre nordjyske vækstbrancher – for at fremme dannelsen af netværk og lokale klynger og for at opnå sæsonforlængelse som grundlag for udvikling af helårsturisme.

Helårsturismeudvikling handler især om et erhvervsløft i landdistrikter og kystnære områder, hvor indsatsen er erhvervsudvikling, øget kvalitet, øget sammenhæng, øget synlighed, medudvikle i destinationernes vej mod helårsturisme i et fælles nordjysk projekt.

VisitNordjylland er det fælles udviklingsselskab for turismeerhvervene i de 11 nordjyske kommuner i region Nordjylland. På den baggrund byder VisitNordjylland på vegne af nordjysk turisme ind til den nordjyske erhvervsudvikling på erhvervsstrategiens indsatsområde oplevelsesøkonomi, hvor vi tænker i nordjyske helheder med vægt på sammenhænge mellem udvikling, uddannelse og imageskabelse.

