



HANDLINGSPLAN 2021



Genopretning af turismen i Aarhusregionen

Handlingsplan 2021 er vores fælles arbejdsredskab til at nå de prioriteter, vi har lanceret i strategien **A great place to live is a great place to visit**

Temaet for handlingsplan 2021 er '**Genopretning af turismen i Aarhusregionen**', og det er en klar ambition at bidrage til dette i bæredygtig forstand – både økonomisk, socialt og miljømæssigt.

I 2021 bruger VisitAarhus alle kræfter på at genrejse turismen – på at trække gæsterne tilbage til Aarhusregionen og hjælpe virksomheder til at genopbygge forretning og værdikæder – og på denne måde **balancere turismen**, så den igen bidrager positivt til lokal økonomi og arbejdspladser. En stor del af aktiviteterne i denne handlingsplan handler om markedsføring, salg og forretningsudvikling netop med dette formål.

2021 bliver også året, hvor vi for alvor tager fat i arbejdet med **lokal stolthed og fællesskaber**. Vi har 2100 fantastiske frivillige tilknyttet VisitAarhus, som står parat til at genoptage dialogen med gæster og give en hånd med til lokale events. En vigtig aktivitet i denne handlingsplan er at sikre det fremtidige

økonomiske grundlag for frivilligindsatsen og påbegynde en udbredelse til en bredere geografi.

Vi sætter med handlingsplan 2021 et endnu større fokus på at fremme en **grønnere turisme** i Aarhusregionen. Med konkrete aktiviteter som opstart af bæredygtighedsnetværk, fokus på certificering og opbygning af bæredygtighedsuniverser bidrager vi konkret til at tage lederskab på bæredygtighed.

Endeligt er det i 2021 et vigtigt tema, at vi som VisitAarhus rykker os som projektorganisation. VisitAarhus har i 2021 tolv projekter med ekstern finansiering: *DigitalEx, Kick-Start Dansk Turisme, Kickstart outdoor- og naturbaseret oplevelsesudvikling, Kickstart innovationen, Kickstart møde- og erhvervsturismen, Kickstart kulturturismen, Grøn Genstart, Turisme & Transaktioner, Camp Now, Frivillig for Aarhus, Legacy samt DETECT*.

I 2021 har VisitAarhus fokus på at eksekvere på hvert af disse projekter samtidig med, at vi opbygger et niveau af viden og kompetencer, som gør at vi også fremadrettet kan arbejde med projektbaseret turismeudvikling på et højt plan.

Handlingsplanen er bygget op omkring tre hovedindsatser, der hver rummer en række aktiviteter:

- 1. Vi holder på danskerne og genvinder de internationale gæster**
- 2. Vi hjælper turismevirksomhederne i krisetid**
- 3. Vi møder gæsten på stedet og i øjenhøjde**



1

Vi holder på danskerne og genvinder de internationale gæster

Markedsføring med fokus på flere besøgsparate gæster og bæredygtigt indhold

På grund af pandemien er der fortsat et øget fokus på det danske marked. Kampagner skal inspirere danskerne til igen at vælge Aarhusregionen som feriemål. Dette bliver kombineret med internationale kampagner målrettet de nærmarkeder, hvor der allerede er opbygget et kendskab til destinationens styrkepositioner, og hvorfra der er let geografisk tilgængelighed.

Alle markedsføringsaktiviteter kommer til at centrere sig omkring "Besøgsparethed", "bæredygtigt indhold" og "vidensdeling". Det betyder, at vores aktiviteter har til formål at skabe større brugerengagement på tværs af kampagner og kanaler. Vi producerer indhold, der kan genbruges til fremtidige indsatser og versioneres til flere platforme. Og vi informerer løbende om kampagners målsætninger, målgrupper og performance.

AKTIVITETER I 2021

- ▶ Stor kampagne på marked Danmark ("Den bedste guide er lokal") samt kampagner på marked Norge, Tyskland, Sverige og Holland, så snart det bliver muligt
- ▶ Nye bæredygtige indholdsuniverser på vores websites, der gør de grønne valg lette for gæsterne
- ▶ Markedsføring af aktiviteter, der tiltrækker danskere til destinationen hen over hele kalenderåret
- ▶ Optimeret indhold på vores platforme baseret på kunderejsen- og typen
- ▶ Visualiserede kanalstrategier
- ▶ UX-analyse, der afklarer brugerens adfærd på websites.

Et styrket brand og øget kendskab

2020 var startskuddet til den nye destination, og med udgangspunkt i Aarhusregionen står vi nu i en ny og unik situation, hvor vi kan skabe stærke og attraktive fortællinger målrettet mange forskellige målgrupper.

På det danske marked er der opbygget et stort kendskab og gæsteloyalitet til mange af destinationens herlighedsværdier, og på det internationale marked er det i stigende grad lykkedes at opbygge et kendskab til nogle af destinationens styrkepositioner. Der er dog behov for fortsat at opbygge et internationalt kendskab og tænke nyt for at holde momentum.

AKTIVITETER I 2021

- ▶ Ny brandstrategi for Aarhusregionen med tilhørende kommunikationsprofil
- ▶ Ny kendskabsanalyse for Aarhusregionen med fokus på kendskab fra Danmark, Norge, Sverige, Tyskland, Holland og Storbritannien
- ▶ Styrket presseindsats nationalt og internationalt – med fokus på en skarpere og bæredygtig Aarhusregion-profil og genaktivering af de internationale journalister, bloggere og influencers, der tidl. har besøgt destinationen.
- ▶ Styrket lokal fortælling med stærke lokale ambassadører via Min Oplevelsesguide på Facebook og på Instagram. Test at TikTok som kanal.
- ▶ Styrket kommunikation omkring bæredygtige produkter, oplevelser og tiltag i Aarhusregionen.

Salg af Aarhusregionen B2B

Pandemien har ramt erhvervsturismen meget hårdt. En af vores vigtigste opgaver er derfor at hjælpe erhvervet med at få kunderne tilbage ved at tiltrække og fastholde møder, konferencer og kongresser samt udvikle nye virtuelle/hybride formater og inspirere turismevirksomhederne til at forretningsudvikle i coronatiden.

Afviklingen af krydstogtanløb er standset brat på grund af pandemien, og det er uvist i hvilket omfang, skibene kan vende retur i 2021. Vi vil dog fortsætte salgsarbejdet og markedsføre Aarhusregionen som et attraktivt besøgsmaal med udgangspunkt i, at vi skal fremme og prioritere den bæredygtige omstilling af branchen.

AKTIVITETER I 2021

- ▶ Opsøgende salg på det danske mødemarked via dialog med potentielle konferencer og kongresser
- ▶ Virtuelle og fysiske inspirationsture i hele Aarhusregionen med forskellige temaer
- ▶ Opsøgende salg på nordiske leads og på konferencer indenfor Aarhusregionens faglige styrkepositioner
- ▶ Understøtte forskere vedr. tiltrækning af internationale videnskongresser via et skærpet fokus mod budprocessen og udvalgte aktiviteter, der styrker værdiskabelsen af konferencen
- ▶ Udvikling af et stærkt incentive-produkt (belønningsrejser), der kan trække nye kundetyper til destinationen – med særligt fokus på bæredygtighed
- ▶ Deltagelse i Seatrade og Seatrade Europe for at markedsføre destinationen overfor potentielle rederier.



2

Vi hjælper turismevirksomhederne i krisetid

Matchmaking mellem turismevirksomheder og (frivillige) borgere

Vi fortsætter arbejdet med at facilitere dialogen mellem gæster og lokale borgere via den 'bank' af frivillige ReThinkers, der er tilknyttet VisitAarhus' Frivilligorganisation. Pandemien har betydet et drastisk fald i efterspørgslen efter frivillige. Derfor er det nødvendigt at gentænke opgaverne og styrke kommunikations-indsatsen, så turismevirksomhederne er bekendt med muligheden for og potentialet i at involvere frivillige.

AKTIVITETER I 2021

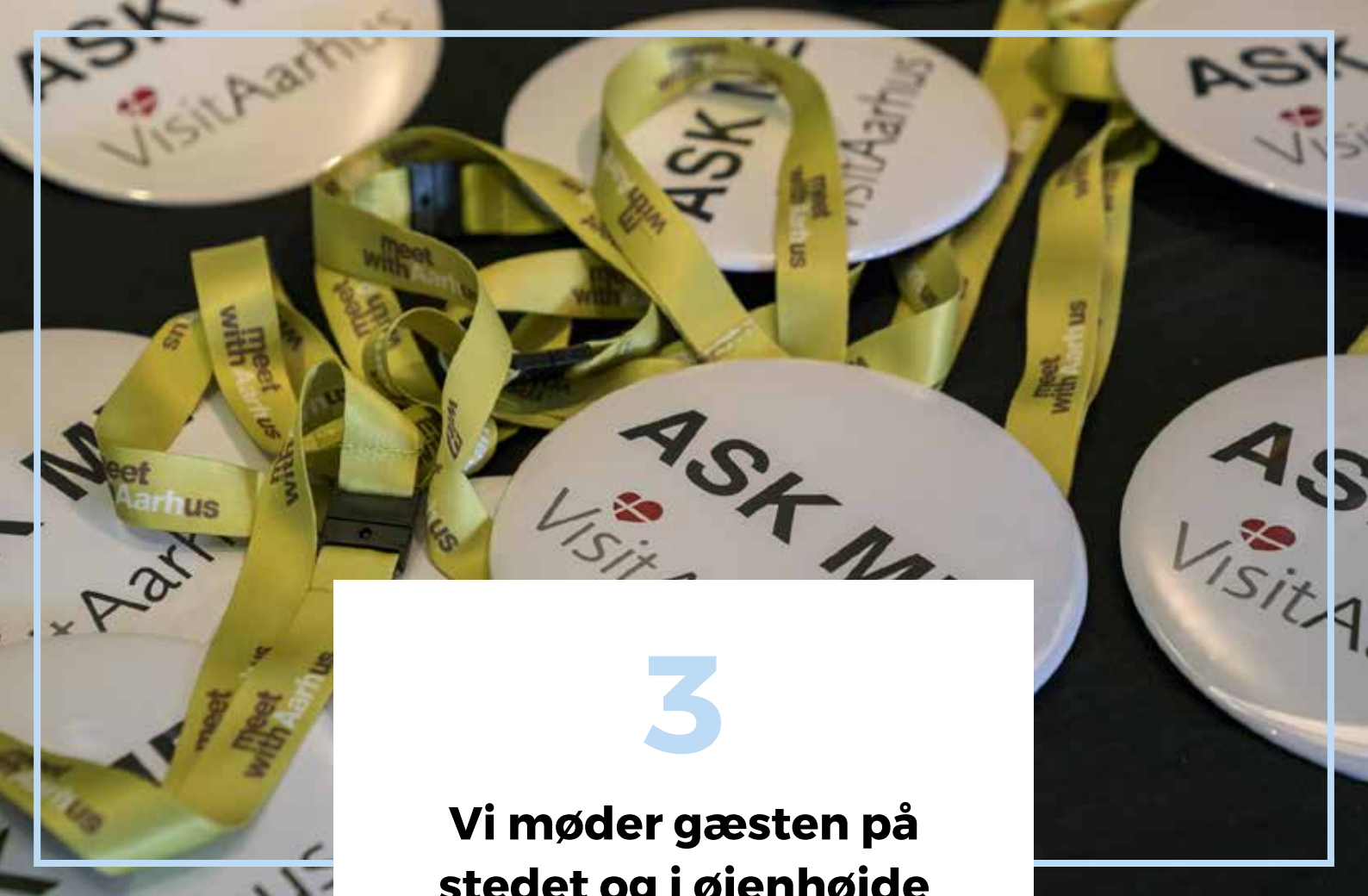
- ▶ Udvikling af nye muligheder for at involvere frivillige i meningsfulde og bæredygtige opgaver – fx inden for outdoor
- ▶ Kurser for frivillige, så de opnår viden og tryghed omkring håndtering af pandemien og derved kan hjælpe kultur- og turismeaktører tilbage i en post-corona virkelighed
- ▶ Styrket videreformidling af opgavemuligheder fra virksomheder til frivillige via Speed Meetings og nyhedsbreve
- ▶ Udvikle, opstarte og udrulle første fase af frivillig-filialer på Djursland og i Randers.

Inspiration, videndeling og forretningsudvikling

På tværs af organisationen har vi fokus på konstant at dygtiggøre os inden for specifikke fagområder, og vi indhenter de nødvendige kompetencer til at kunne være en specialiseret sparringspartner for erhvervet. Vi sikrer os, at den viden og de erfaringer, vi opnår, når ud til alle turismevirksomheder via forskellige tiltag, der i særdeleshed udspringer af de projekter, der er i gang.

AKTIVITETER I 2021

- ▶ Arrangementer om virtuelle siteinspections, hybridmøder samt sikkerhed og sundhed i erhvervsturismen
- ▶ Virksomhedsnære forløb med fokus på campingpladser, kulturturisme, innovation og outdoor
- ▶ MasterClasses i Frivillighed så flere får mod på at involvere frivillige og blive dygtigere til succesfuld frivilligkoordinering
- ▶ Arrangementer om forretningsudvikling og innovation målrettet kulturaktører
- ▶ Kompetenceudvikling for turismevirksomheder inden for digital ledelseskultur
- ▶ Rådgivning om trends samt bæredygtige valg inden for møder og kongresser
- ▶ Bæredygtighedsnetværk med fokus på videndeling, sparring og forretningsudvikling
- ▶ Workshops, der styrker den lokale forankring og samskabelse mellem lokalbefolkning og kongresser
- ▶ Workshops om specialiseret markedsføring
- ▶ Lokale netværksmøder rundt i Aarhusregionen
- ▶ Videreformidling af resultater fra nye analyser – kendskabs-, felt- og tilfredsheds-analyse.
- ▶ Videreformidling af destinationsdata via nyt dashboard og viden om nye datakilder (transaktions- og teledata), der gør os klogere på endagsturister.



3

Vi møder gæsten på stedet og i øjenhøjde

Helhedsorienteret gæsteservice øger gæstetilfredsheden

Vi har fokus på at skabe en bedre synergi mellem gæster og lokale samt gæster og turismevirksomheder. Udgangspunktet for vores gæsteservice er, at gæsten skal have mulighed for at få information og inspiration dér, hvor gæsten efterspørger det. Derfor vil vi styrke turismevirksomhedernes mulighed for og motivation til at yde relevant og nærværende service til deres gæster.

VisitAarhus synliggør Aarhusregionens muligheder ved at informere, motivere og inspirere gæsterne, og vi arbejder ud fra et helhedsorienteret fokus på gæsteoplevelser – også ved touch points, der ikke er de 'typiske' turismeaktører.

AKTIVITETER I 2021

- ▶ Sparring til turismevirksomheder, oplæg for turismemedarbejdere, videoer til frontpersonale/værter samt kurser i bl.a. destinationskendskab og værtskab
- ▶ Test af nye gæsteserviceformer ud over mobile infocykler og turistinformationer – herunder "flyvende guider" med rygsæk på Djursland, videoprojekt i Silkeborg samt post-corona-håndtering af krydstogtgæster
- ▶ Etablering af nye gæsteservicenetværk efter behov
- ▶ Højnet online gæsteservice – bl.a. via test af værktøjet Digital Score
- ▶ Koncept for synliggørelse af de enkelte velkomstteams ved turismevirksomhederne i Aarhusregionen.