

# HANDLINGSPLAN 2022



# FORTSAT genopretning af turismen i Aarhusregionen



Handlingsplan 2022 er vores fælles arbejdsredskab til at nå de ambitioner og mål, vi har lanceret i strategien **A great place to live is a great place to visit**

Det lykkedes i 2021 i meget høj grad at tiltrække de danske gæster til Aarhusregionen. Men 2021 blev desværre ikke det år, hvor vi lagde COVID-19 bag os. Derfor bruger vi også i 2022 alle kræfter på at genoprette turismen og hjælpe turismevirksomhederne i Aarhusregionen til at genopbygge forretning og værdikæder. Temaet for handlingsplan 2022 er derfor **'FORTSAT genopretning af turismen i Aarhusregionen'**.

I 2022 fokuserer vi særligt på at **genvinde de internationale gæster**, og her er både feriegæster og tiltrækning af internationale kongresser topprioriteter. Vi har fokus på at styrke produkt- og forretningsudvikling målrettet internationale gæster, og med afsæt i vores strategi kommer vi i 2022 med et nyt bud på, hvordan vi skal arbejde mere internationalt med vores brand og geografi. En stor del af aktiviteterne i denne handlingsplan omhandler implementering af ny brandstrategi i vores markedsføring, salgsaktiviteter og på vores platforme.

Vi tager i 2022 **lederskab på bæredygtighed** med fokus på at fremme en grønnere turisme i Aarhusregionen. Det skal være nemmere for vores gæster at træffe de bæredygtige valg, og turismevirksomhederne skal inspireres og opkvalificeres med afsæt i den grønne dagsorden i arbejdet med innovation såvel som certificeringer og kommunikation.

I 2022 har vi fokus på at **styrke de lokale fællesskaber** - på at skabe øget forståelse for turismens værdi for lokalsamfundet og på at give vores gæster mulighed for at lytte til lokale stemmer og anbefalinger. Med en bevilling på kr. 7 mio. fra Erhvervsfremmebestyrelsen er der skabt et solidt grundlag i årene frem for endnu mere frivillig involvering i de mange kulturtilbud og events, der er så afgørende for at skabe en attraktiv destination for både borgere og besøgende.

Vi har i 2022 **elleve projekter med ekstern finansiering**, og vi afslutter også i løbet af året store strategiske projekter. Dette er et synligt resultat af vores ambition og målrettede arbejde henimod at blive en mere professionel projektorganisation og en anerkendt leadpartner såvel som projektdeltager. Alle projekter rummer aktiviteter, der gavner turismevirksomhederne i Aarhusregionen og bidrager til, at vi lever op til strategien.

VisitAarhus kommer i 2022 på plads i nye lokaler på Balticagade 19 i Aarhus – dette gælder både samlingssted for de 2200 frivillige ReThinkers og VisitAarhus' hovedkontor. Vi ser frem til at byde både nye og gamle samarbejdspartnere såvel som en masse frivillige velkommen i vores nye lokaler! også fremadrettet kan arbejde med projektbaseret turismeudvikling på et højt plan.



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

1. Vi genvinder de internationale gæster og holder på danskerne
2. Vi tager lederskab på bæredygtighed
3. Vi styrker de lokale fællesskaber





## #1

## Vi genvinder de internationale gæster og holder på danskerne

På det danske marked er der de seneste år opbygget et stort kendskab og gæstloyalitet til destinationen. Aarhusregionen var i 2021 for andet år i træk den destination, der i havde flest danske sommergæster, og vi skal fortsat arbejde for at fastholde de danske turister. Vi er nu endeligt på vej mod en hverdag og en rejselyst, der ikke er overskygget af pandemien. Aarhusregionen står fortsat stærkt som destination med alle muligheder for at skabe stærke og attraktive fortællinger målrettet mange forskellige målgrupper.

Derfor er det nu også tid til at vi koncentrerer os om at vinde de internationale gæster tilbage og styrke den internationale tilgængelighed. Til dette formål lancerer vi i 2022 en ny brandstrategi og visuel identitet ud fra en ambition om at styrke vores internationale kendskab og tilstedeværelse – både hvad angår ferie- og erhvervsturister. Implementeringen af brandstrategien foregår på tværs af alle vores platforme og kanaler. Vi skifter

vores marketingsfokus til 'always on', hvilket betyder, at vi ved siden af kampagnerne, laver annoncering baseret på temaer, interesser og målgrupper henover hele året.

Alle markedsførings- og presseaktiviteter kommer til at centrere sig om at skabe øget "besøgsparathed". Det betyder, at vores aktiviteter har til formål at skabe større brugerengagement på tværs af egne kampagner og kanaler. Vi informerer løbende turismevirksomhederne om målsætninger, målgrupper og performance.

Endeligt har vi i 2022 fortsat fokus på at styrke innovation og forretningsudvikling i relation til kultur- og outdoorturismen, hvor vi løfter opgaven sammen med en række udvalgte virksomheder i Aarhusregionen.

# Aktiviteter 2022



- ▶ Implementering af ny brandstrategi, herunder:
  - Ny visuel identitet
  - Nye kernefortællinger
  - Ny kanalstrategi og internationalisering af sociale medier
  - Ny hjemmesidestruktur og optimeret indhold baseret på UX-analyse
- ▶ Opsøgende salg på nordiske leads og på konferencer indenfor Aarhusregionens faglige styrkepositioner
- ▶ Understøtte forskere i tiltrækning af internationale videnskongresser via et skærpet fokus på budproces og udvalgte aktiviteter, der styrker værdiskabelsen af konferencen
- ▶ Kampagne målrettet det danske mødemarked
- ▶ Udvikling af et stærkt incentive-produkt (belønningsrejser), der kan trække nye kundetyper til destinationen – med særligt fokus på bæredygtighed
- ▶ Eksekvering af international markedsføring af Aarhusregionen i Norge, Tyskland, Sverige, Holland, UK og Italien i samarbejde med VisitDenmark
- ▶ Udvikling af nye målgruppe- og interessebaserede kampagnekoncepter
- ▶ Leadgenerering og emailflow målrettet internationale gæster
- ▶ Styrket international presseindsats med fokus på en skarpere og mere bæredygtig profil for Aarhusregionen og genaktivering af de internationale journalister, bloggere og influencers, der tidl. har besøgt destinationen. I 2022 særlig fokus på gastronomi.
- ▶ Optimering af international dataindsats, herunder
  - Videreudvikling af KPI-ramme for besøgsparathed
  - Videreudvikling af kampagne-dashboards
  - Datamodul målrettet kulturaktører
- ▶ Innovation og forretningsudviklingsaktiviteter med fokus på kulturturisme og outdoor-turisme med igangsætning af 3 nye kultur-testlabs og 10 nye/videreudviklede outdoorprodukter

## #2 Vi tager lederskab på bæredygtighed

I 2022 sætter vi for alvor ord og handling bag vores ambition om en mere bæredygtig turismeudvikling både økonomisk, socialt og miljømæssigt. Vi prioriterer vores ressourcer og kompetencer til fordel for et grønt gearskifte og en række konkrete tiltag til fremme af en mere bæredygtige turisme i Aarhusregionen.

Der er mange forskellige barrierer for den enkelte virksomhed i arbejdet med bæredygtig omstilling. Vi har derfor fokus på at skabe et vidensgrundlag såvel som inspiration via bæredygtighedsnetværket BÆRBART for turismevirksomhederne i hele destinationen. Vi vil i 2022 afholde et bæredygtigheds-SUMMIT, for at understrege at dette er en vigtig strategisk prioritering på den lange bane.

Vi sætter i 2022 skub på arbejdet med at bidrage til, at flere turismevirksomheder i Aarhusregionen bliver certificeret. Dette er et konkurrenceparameter såvel som redskab til at gøre kommunikationen lettere. Vi kommer

til at arbejde benhårdt på at fastholde Aarhus' flotte plads som verdens 3. mest bæredygtige destination på 'The Global Destination Sustainability Index' (GDS-Index). Samtidigt vil vi i 2022 arbejde på, at alle VisitAarhus kontorer opnår certificering som Green Tourism Organization (GTO).

Vi fortsætter arbejdet med at gøre det nemmere for gæsterne at træffe mere bæredygtige valg i forbindelse med deres besøg i Aarhusregionen. Dette både i vores gæsteservice og samarbejde med krydstogtsbranchen. Vi vil styrke vores kommunikationsindsats omkring bæredygtighed og sætte fokus på de gode historier og ambassadører, der driver udviklingen mod en grønnere turisme.

Endeligt vil vi i 2022 have særligt fokus på at bidrage til udvikling af indikatorer på bæredygtig turismeudvikling og på målbarhed af vores egne indsatser og strategi.

# Aktiviteter 2022



- ▶ Opkvalificering af turismevirksomheder og samarbejdspartnere på bæredygtighed via netværksmøder i BÆRBART og afholdelse af SUMMIT
- ▶ Certificering målrettet turismevirksomheder i Aarhusregionen med igangsætning af minimum 4 virksomheder
- ▶ Fastholdelse af GDS-placeringen af Aarhus som 3. mest bæredygtige destination i verden i skarp konkurrence med +70 andre destinationer
- ▶ VisitAarhus arbejder for at udbrede GTO-certificering til alle 3 kontorer
- ▶ Gæsteservice med fokus på bæredygtige tilbud og redskaber til optimering af mødet med gæsten (fysisk og digitalt)
- ▶ Kortlægning af bæredygtighedsindsats ved turismevirksomheder i Aarhusregionen
- ▶ Bæredygtige tiltag ift. krydstogsturismen, herunder fokuseret salgsindsats overfor rederier, markedsføring af mere bæredygtige attraktioner i Aarhusregionen samt bæredygtige initiativer i velkomstområdet
- ▶ Inspirations- og kampagnevideoer med fokus på hvordan turismevirksomhederne i Aarhusregionen arbejder med bæredygtighed
- ▶ International inspiration og best cases på social bæredygtighed via deltagelse i projektet DMOCracy
- ▶ Øget fokus på målbarhed – herunder udarbejdelse af bedre indikatorer på bæredygtig turismeudvikling på egen dataplatform
- ▶ Fundraising af nyt kulturturisme projekt med fokus på bæredygtighed



## #3 Vi styrker de lokale fællesskaber

Vi har i 2022 fokus på at skabe synergi mellem gæster, lokale borgere og turismevirksomheder og på turismens positive bidrag til det omgivende samfund. Vi vil styrke dialog og forretningskabelse med og mellem turismevirksomhederne ved at arbejde mere netværksbaseret. Og vi vil gå i dialog om strategisk-fysisk stedsudvikling med relevante kommuner.

Vi sætter i 2022 fuld fokus på at skabe mere frivillig involvering ved at udvide VisitAarhus' frivilligorganisation og ReThinker-konceptet til Randers og Syddjurs Kommuner. På denne måde skabes et endnu bredere frivillignetværk, og der skabes turismeværdi med frivillige. Glade, aktive og stolte borgere skaber et godt sted at bo – et autentisk sted, som tiltrækker morgendagens gæster. I Aarhus forudser vi et højt aktivitetsniveau for de frivillige i 2022 med Hobbitten, Music City Aarhus, krydstogtanløb, Dronningens regentjubilæum samt opstart af Ocean Race 2023. Samtidig fortsætter vi i 2022

med at udbrede vores viden om frivillighed og lokal involvering via masterclasses for turismevirksomheder, destinationsselskaber, foreninger og kommuner.

Vi vil fortsat i 2022 styrke turismevirksomhedernes mulighed for og motivation til at yde relevant og nærværende service til deres gæster. Dette sker bl.a. gennem lokale netværksmøder, kursusforløb og inspirationsoplæg.

Vi giver de lokale borgere i Aarhusregionen en stemme og et ansigt i markedsføringen gennem kampagnen "Din lokale guide", hvor det er de lokales personlige anbefalinger, der skal trække gæster til destinationen. Kampagnen udvides i 2022 fra det danske marked til også at omfatte udvalgte internationale markeder.



# Aktiviteter 2022



- ▶ Mere frivillig involvering med udvidelse af ReThinker-konceptet til Syddjurs og Randers
- ▶ Fuld fart på frivilligopgaver i Aarhus – bl.a. Hobbitten, Music City Aarhus, krydstogtanløb, Dronningens regentjubilæum samt opstart af Ocean Race 2023 inkl. masterclasses
- ▶ Ny analyse til dokumentation af værdi skabt af frivillighed for lokalsamfund og virksomheder
- ▶ Netværksbaseret forretningsudvikling i samarbejde med partnere – afholdelse af netværksmøder, temamøder og digital opkvalificering
- ▶ Styrket corporate kommunikation med ambitionen om partnerunivers og styrket kommunikation om projekter.
- ▶ Udvikling af nye digitale værktøjer målrettet gæsterne, mens de er her
- ▶ Videreudvikling af tiltag, der understøtter virksomhedernes møde med gæsten – herunder videoer med destinationskendskab til frontpersonale, kursusforløb i rekruttering og fastholdelse af medarbejdere, oplæg for partnere om gæsteservice og destinationskendskab, "Tour de Attraktioner", byvandring for frontpersonale, "ERFA-møder" mv.
- ▶ Inddragelse af lokale borgere og erhverv i planlægning af fysisk gæsteservice på udvalgte destinationer – ex. "Verden bedste Ry"
- ▶ Turismefaglige bidrag i forbindelse med strategisk-fysisk stedsudvikling – eksempelvis Kongelunden, Hærvejen, Gudenåen, Himmelbjerget, Domkirke kvarteret i Viborg etc., samt afsøgning af forretningspotentiale tilknyttet Aarhusregionens vikingefortælling
- ▶ Kampagnen "Din lokale guide" fortsætter i Danmark og udvides til udvalgte internationale markeder