

**HANDLINGSPLAN 2025:**

# **TRIN TIL FREMTIDENS TURISME**

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



Strategi for en mere bæredygtig vækst  
i turisme i Aarhusregionen

Opdateret 2023

THE AARHUS  
REGION

VisitAarhus

Handlingsplan 2025 er udmøntningen af strategien "A great place to live is a great place to visit" og et konkret bidrag til realisering af den nationale turismestrategi "Veje til bæredygtig turismevækst".

Overskriften for 2025 er: **"Trin til fremtidens turisme"**.

**Vi vil:**

- 1. Styrke og fremtidssikre turismevirksomhedernes forretning.**
- 2. Styrke fællesskabet, sammenhængskraften og værdiskabelsen på tværs af Aarhusregionen.**

Det sker via en række aktiviteter, der bidrager til at skabe værdi og resultater både økonomisk, socialt og miljømæssigt, jf. turismestrategiens tre spor:

- balanceret vækst
- lokal stolthed og fællesskab
- grønnere turisme

# VI VIL STYRKE OG FREMTIDSSIKRE TURISMEVIRKSOMHEDERNES FORRETNING FORDI..

Fremtiden banker på!

Vi oplever, at gæsternes rejsemønstre og oplevelsespræferencer ændrer sig i de her år. Kravene stiger, og det samme gør konkurrencen om gæsternes opmærksomhed.

Samtidig buldrer den teknologiske udvikling afsted med en række nye udfordringer og muligheder for turismevirksomhederne. Vi har endnu kun kradset i overfladen i forhold til de muligheder, som AI, digitalisering og ny teknologi kan give turismevirksomhederne i fremtiden.

Vi oplever, at der skal kæmpes hårdere for at holde særligt de danske gæster hjemme. Overnatningstallene for 2024 lå på samme niveau som året før, men det dækker over en pæn fremgang i blandt andet tyske og svenske gæster, mens nordmændene svigter, og de danske gæster lige akkurat holder skansen.

Samtidig var der i 2024 stor forskel på, hvor godt turismevirksomhederne i Aarhusregionen klarede sig. Endnu en våd sommer var fx hård ved mange campingpladser, mens flere hoteller og attraktioner kunne melde om stor fremgang.

VisitAarhus ønsker at sikre, at Aarhusregionens turismevirksomheder kan imødekomme gæsternes ønsker og behov, bidrage til den bæredygtige omstilling og høste gevinsterne af ny teknologi. Det kræver understøttelse af virksomhedernes produkt- og forretningsudvikling. Det kræver et opdateret og brugervenligt data-grundlag at arbejde ud fra. Og det kræver et målrettet og strategisk arbejde med tiltrækning af de rigtige gæster. Ellers er vi ikke konkurrencedygtige i Aarhusregionen. Hverken nationalt eller internationalt.

Lige om hjørnet venter en stor kapacitetsforøgelse i Aarhus med 1000 nye hotelværelser. Det kræver forberedelser, så vi er rustet til det. Særligt via opsøgende indsatser, der har den nationale og internationale erhvervsturisme for øje. Samtidig er der behov for tiltrækning af ny kapacitet og dermed ny forretning til kyst- og naturområderne.

I 2025 sætter VisitAarhus derfor særligt fokus på at styrke og fremtidssikre virksomhedernes forretning på tværs af Aarhusregionen med en række udvalgte aktiviteter. Denne handlingsplan beskriver således årets 'trin til fremtidens turisme'

Aktiviteter i 2025, der styrker og fremtidssikrer turismevirksomhedernes forretning:	Strategisk målsætning: Balanceret vækst	Strategisk målsætning: Lokal stolthed og fællesskab	Strategisk målsætning: Grønnere turisme
<b>Vi bidrager til et teknologisk kvantespring indenfor turismevirksomhedernes brug af AI og digitalisering</b> Et nyt stort projekt 'Moving Destin(AI)tions' skal hjælpe turismevirksomhederne til at udnytte fremtidens digitale muligheder.	X	X	
<b>Vi styrker turismevirksomhedernes bæredygtighedsfortællinger i den internationale presse</b> Styrke branding af Aarhusregionen via grønne fortællinger i de internationale medier med fokus på gastro, outdoor og kultur.	X		X
<b>Vi skaber en ny international markedsføringskampagne</b> Ny branding- og kampagneindsats, hvor vi kombinerer Aarhusregionens turismemæssige styrkepositioner med et fokus på mere Co2 venlige transportmuligheder.	X		X
<b>Vi tiltrækker erhvervsturister via en opsøgende indsats på det nationale mødemarked</b> Bl.a. ved at ringe til foreninger, fagforbund og virksomheder for at tiltrække deres arrangementer til Aarhusregionen, og ved at lancere et nyhedsbrev og mail-flow til nationale mødekøbere.	X		
<b>Vi styrker den internationale erhvervsturisme via samarbejde med de erhvervmæssige styrkepositioner</b> Styrke det strategiske samarbejde med de erhvervmæssige styrkepositioner i Aarhus – konkret med Water Valley, Food & Bio og Tech - herunder identificere de forskere, som potentielt kan byde på konferencer og være værter.	X		
<b>Vi fundraiser og arbejder strategisk med projektudvikling</b> Bl.a. ved at søge nye offentlige og private midler til at arbejde målrettet med erhvervsturisme, frivillighed og grøn omstilling. Konkret i 2025 med en ansøgning til erhvervsturisme i hele Aarhusregionen samt ny unge-indsats indenfor frivillighed.	X	X	X
<b>Vi styrker en datadrevet turismeudvikling</b> Forbedre dataindsamling, community og analysemuligheder for turismevirksomheder så de kan optimere deres produkter og services. Onboarder min 20 nye virksomheder på den nye nationale dataplatform (VisitData). Færdiggøre Kendskabs- og Potentialeanalyse, der giver anderledes muligheder for segmentering i dataen om målgrupperne.	X	X	
<b>Vi laver ny national marketingindsats sammen med kommercielle partnere</b> En digital always-on annonceringsindsats på det danske marked, der sammentænker og udnytter vores eksisterende indhold, kanaler og platforme i det meste af kunderejsen.	X	X	
<b>Vi videreudvikler krydstogtprodukter</b> Tæt samarbejde med rederierne, den enkelte partner og turoperatørerne om at skabe de bedst mulige oplevelser på tværs af destination og årstid, tage initiativ til at bringe lokalbefolkning/lokale aktører og rederier sammen, og sørge for at gæsterne får det bedst mulige indtryk når de ankommer til vores velkomst-set-up af frivillige, velkomstteam, digitale løsninger.	X	X	

# VI VIL STYRKE FÆLLESSKABET, SAMMENHÆNGSKRAFTEN OG VÆRDISKABELSEN PÅ TVÆRS AF AARHUSREGIONEN FORDI..

Den 1. januar 2025 kunne Aarhusregionen fejre fem års jubilæum som samlet destination under ét fælles destinationsselskab i VisitAarhus. For fem år siden var fusionen en realitet, og turismesamarbejdet på tværs af syv kommuner, mere end 450 turismevirksomheder, 2000 frivillige og ét samlet destinationsselskab var skabt.

Dengang var vi blandt de første destinationer i Danmark til at gå sammen efter Erhvervsfremmereformen. Og vi var som landets største destination udenfor hovedstaden hurtige til at udnytte synergierne og potentialerne i at stå sammen. Slagkraftig markedsføring, stærk faglig specialisering, gearing af offentlige midler, øget kendskab, muskler til udvikling og bæredygtig omstilling osv. Gevinsterne er mange.

Sammenhængskraften og fællesskabet er en altafgørende forudsætning for at kunne lykkes som én samlet destination. Det er vores store styrke, men det er også et konstant opmærksomhedspunkt at sikre værdiskabelse i alle dele af destinationsgeografien og til alle forretningsområder indenfor turismen i Aarhusregionen.

Her har vi stadig en stor opgave foran os. Der er nemlig fortsat store potentialer i at styrke fællesskabet og samarbejdet yderligere på tværs af geografi, forretningsområder og sæsoner.

Men fællesskabet kommer ikke af sig selv. Det kræver målrettede indsatser mod både virksomheder, kommuner, lokalbefolkning og frivillige samt gentænkning af samarbejdsmodeller og kommunikation. Og det kræver engagement og opbakning fra alle parter. Kun ved fælles front kan kommuner, turismevirksomheder og destinationsselskab for alvor rykke noget og høste de mange gevinster ved en stærk og sund turisme i Aarhusregionen.

I 2025 sætter VisitAarhus derfor særligt fokus på at styrke fællesskabet, sammenhængskraften og værdiskabelsen på tværs af Aarhusregionen via en række udvalgte aktiviteter. Denne handlingsplan beskriver således årets 'trin til fremtidens turisme'

<b>Aktiviteter i 2025, der styrker fællesskabet, sammenhængskraften og værdiskabelsen på tværs af Aarhusregionen:</b>	<b>Strategisk målsætning: Balanceret vækst</b>	<b>Strategisk målsætning: Lokal stolthed og fællesskab</b>	<b>Strategisk målsætning: Grønnere turisme</b>
<p><b>Vi rekrutterer frivillige og bidrager til store events, kulturarrangementer og krydstogtsanløb via VisitAarhus' frivilligorganisation</b> Bl.a. ved at formidle frivilligopgaver for virksomheder og kulturinstitutioner, involvere frivillige værter ved krydstogtanløb samt implementere en ny medlemsplatform (ReHelper) der kan forbedre koordineringen af frivillige og frivilligopgaver.</p>		X	
<p><b>Vi vækster antallet af partnerskaber og udvikler mailflows til nye partnere</b> Vækst til minimum 500 turismevirksomheder, der er partnere med VisitAarhus i 2025 fordelt bredt over hele destinationen og med særlig fokus på at få flere mindre turismevirksomheder inddraget i destinationsfællesskabet – herunder opbygning af velkomst-mailflows til alle typer partnerskaber.</p>	X	X	
<p><b>Vi udvikler kerneopgaverne indenfor gæsteservice</b> Tilpasning af VisitAarhus' gæsteservice og turistinformation så det passer til behov og fremtid – fx er brochurer ikke nødvendigvis løsningen i fremtiden så vores setup til gæsterne i Aarhusregionen skal gentænkes eksempelvis med QR-koder.</p>	X	X	X
<p><b>Vi færdiggør en udviklingsplan for Jyllands Østkyst og Aarhusregionen samt 3 lokale SFU'er</b> Bl.a. ved at involvere alle syv kommuner i udarbejdelsen af en fælles turismeutviklingsplan for Jyllands Østkyst samt for Aarhusregionen for at skabe grundlag for et markant og samlet løft af turismen på tværs. Herefter udarbejdelsen af tre lokale strategisk fysiske udviklingsplaner i Aarhusregionen.</p>	X	X	X
<p><b>Vi udvikler ny turismestrategi for Aarhusregionen</b> Fra medio 2025 påbegyndes processen mod en ny samlende strategi for turismen i Aarhusregionen gældende fra 2026. Strategien udarbejdes med inddragelse af kommuner, turismevirksomheder samt bestyrelse og medarbejdere i VisitAarhus.</p>	X	X	X
<p><b>Vi udvikler vores netværkstilbud og -formater til virksomhederne</b> Bl.a. ved at udvikle og tilpasse netværksformater og tilbud om kompetenceudvikling, så indholdet matcher virksomhedernes aktuelle behov indenfor bl.a. gæsteservice, erhvervsturisme, marketing, bæredygtig omstilling, digitalisering med mere.</p>	X	X	X