

ET FÆLLESSKAB, SOM SLÅR ALT

STRATEGI FOR
VISITNORDVESTKYSTEN
2024-2026

INDHOLD

- 3 **TURISME PÅ NORDVESTJYSK**
- 4 **HVAD VIL VISITNORDVESTKYSTEN GERNE MED STRATEGIEN?**
- 6 **VISIONEN: ET FÆLLESSKAB, SOM SLÅR ALT**
- 7 **MISSIONEN: AT UDVIKLE EN TURISME VI KAN LEVE AF OG LEVE MED HELE ÅRET RUNDT.**
- 8 **VORES GÆSTER**
- 9 **SÅDAN BIDRAGER VISITNORDVESTKYSTEN TIL FÆLLESSKABET**
- 10 **SÅDAN BIDRAGER VISITNORDVESTKYSTEN TIL DEN GRØNNE OMSTILLING**
- 11 **VISITNORDVESTKYSTENS TILGANG & FÆLLESSKABETS TILGANG**
- 12 **FÆLLESSKABETS HOVEDAKTØRER**
- 13 **HVORNÅR ER VISITNORDVESTKYSTEN EN SUCCES?**
- 14 **SAMMEN SKABER VI RESULTATERNE**
- 15 **FÆLLES OM DEN GODE HISTORIE**
- 16 **FÆLLES OM AT SKABE INDSIGTER, DER GIVER HANDLING I MORGEN**
- 17 **FÆLLES OM DEN GODE GÆSTESERVICE**
- 18 **FÆLLES OM FLERE OPLEVELSER HELE ÅRET RUNDT**
- 19 **FÆLLES OM TURISMENS STEMME**

APPENDIKS

- 21 **FÆLLES OM DEN GODE HISTORIE**
- 23 **FÆLLES OM AT SKABE INDSIGTER, DER GIVER HANDLING I MORGEN**
- 25 **FÆLLES OM DEN GODE GÆSTESERVICE**
- 26 **FÆLLES OM FLERE OPLEVELSER HELE ÅRET RUNDT**
- 27 **FÆLLES OM TURISMENS STEMME**
- 28 **BAGGRUND: OMVERDENS ANALYSE – KORT FORTALT**
- 29 **BAGGRUND: FAKTA**
- 30 **ORGANISERING**
- 31 **BESTYRELSEN**



TURISME PÅ NORDVESTJYSK

Turisme på nordvestjysk har udviklet sig til at være mere end badebolde og soft ice i sommermånederne. Vi har ikke længere turister i vores område, men gæster der besøger os hele året rundt, fordi de køber ind på livsstilen, naturen, roen, de mange gode oplevelser og sammenholdet. Ja, nogle af dem forelsker sig ligefrem så meget i os, at de ikke tager hjem igen.

Vores gæster vil os og vi vil absolut også dem. Ikke på en plastisk fantastisk gul rabat skilt agtig måde. Nej, vi vil hinanden på en autentisk og oprigtig måde. Det handler om en udskiftning af byens rum til den rå natur og den travle hverdag, til mere tid til hinanden og fra kvantitet til mere kvalitet. Det handler om det gode liv på nordvestjysk.

Og herude i vores vestvendte hjørne af kongeriget, er det med stor stolthed og hjerteblod, at vi sætter rammerne for et fællesskab med plads til alle. Uanset om man medbringer sin egen madpakke, forkæler sig selv med en bakke pomfritter eller ønsker at besøge en af vores mange gode restauranter, attraktioner eller kulturinstitutioner. En rummelighed og et værdisæt, som vi ser i en tiltagende grad, ræsonnerer rigtigt godt hos vores målgruppe.

Strammer vi os lidt an og kender vores besøgstid, så kigger vi ind i muligheden for at kunne skabe en turisme vi kan leve af hele året rundt indenfor en overskuelig fremtid. Det er ikke blot godt nyt for vores turismeaktører, men betyder også at vi kan konvertere flere sæsonstillinger til fuldtidsstillinger, holde liv i en større del af detailhandlen og være med til at bidrage yderligere til bosætningen.

Herude vestpå hvor hjertet banker for det lokale, den vilde natur, de åbne vidder og hinanden, skal vi turde sigte efter en turisme, vi ikke blot kan leve af, men som vi også kan leve med hele året rundt.

At finde den rigtige balance kræver mere og andet af os end vi kan løfte hver for sig. Det kalder på et destinationsfællesskab, hvor vi øver os i at involvere hinanden på kryds og tværs. Hvor vi lytter til vores turismeaktører, kulturaktører, detailhandlen, borgerne og gæsterne, for på den måde at holde fast i den autenticitet og livsnerve, som så mange gerne vil være en del af.



HVAD VIL VISITNORDVESTKYSTEN GERNE MED STRATEGIEN?

De første fire år af VisitNordvestkystens levetid har lært os, at det kræver fælles fodslag, hvis vi ikke blot skal skalere vores turisme, men gøre det igennem en økonomisk, social og miljømæssig bæredygtig udvikling.

Derfor skal strategien tydeliggøre rammerne og retningen for det destinationsfællesskab, som vi hos VisitNordvestkysten har erfaret er altafgørende for at vi lykkes med at skabe en turisme, vi både kan leve af og leve med hele året rundt.

Efter at have læst strategien, skal du gerne stå tilbage med en klar forståelse af rollefordelingen samt de konkrete opgaver vi skal være sammen om at løfte i de kommende år, så vi får et fællesskab, som slår alt. Lokalt såvel som regionalt.

På de følgende sider starter vi med at sætte scenen ved at introducere visionen, missionen og rammerne for strategiens omdrejningspunkt, det stærke destinationsfællesskab.

Dernæst dykker vi ned i de fem indsatsområder og underliggende initiativer, som sætter handling bag de gode intentioner.

God læselyst!



VI HAR EN VISION OM AT SKABE ET FÆLLESSKAB, DER SLÅR ALT.

FOR DERIGENNEM AT KUNNE LYKKES MED VORES MISSION OM AT UDVIKLE
EN TURISME VI KAN LEVE AF OG LEVE MED HELE ÅRET RUNDT.

FÆLLES OM DEN GODE HISTORIE	FÆLLES OM AT SKABE INDSIGTER, DER GIVER HANDLING I MORGEN	FÆLLES OM DEN GODE GÆSTESERVICE	FÆLLES OM FLERE Oplevelser HELE ÅRET RUNDT	FÆLLES OM TURISMENS STEMME
FOKUSOMRÅDER: <ul style="list-style-type: none">• Bæredygtig kommunikation• Opbygning af fælles identitet og stærke platforme• Ambassadører• Medieomtale• Aktivering af tredjepartskanaler• Kreative og samskabende indholdsproduktioner• Markedsprioritering	FOKUSOMRÅDER: <ul style="list-style-type: none">• Bæredygtig turismeudvikling• Meningsfulde fællesskaber• Fra data til indsigter, der giver handling i morgen• Effektivisering og optimering af vores turisme igennem kunstig intelligens• Madkartellet• Ferie for alle• Udbygning af en bæredygtig og varireret overnatningskapacitet• Turismens infrastruktur	FOKUSOMRÅDER: <ul style="list-style-type: none">• Gæsteservice – fra tanke til handling• Surf & Work communities• Wayfinding	FOKUSOMRÅDER: <ul style="list-style-type: none">• SANS i Påsken• 1 ud af 100 oplevelser i Pinsen• Særlig indsats omkring uge 26-27• Hook & Cook i sensommeren	FOKUSOMRÅDER: <ul style="list-style-type: none">• Politisk interessevaretagelse• Fundraising• Fortællingen om turismens betydning

VISIONEN: ET FÆLLESSKAB, SOM SLÅR ALT

Ligesom da man i Thisted introducerede andelstanken til Danmark i 1866, så er det også en helt naturlig tanke at vi igen tyer til det vi er bedst til. Nemlig at løse vores udfordringer og forløse potentialet igennem et fællesskab, der går på tværs af alle med en andel i- og et bankende hjerte for vores vestvendte del af Danmark.

Derfor vil VisitNordvestkysten bidrage til et stærkt og samlende fællesskab, der går på tværs af vores kommuner, borgere, erhverv og gæster, som kan overkomme udfordringerne og realisere det fulde potentiale for vores destination.



MISSIONEN: AT UDVIKLE EN TURISME VI KAN LEVE AF OG LEVE MED HELE ÅRET RUNDT.

Som i et hvert andet meningsfuldt fællesskab så står vi stærkere, hvis vi har en klart defineret opgave at være sammen om. I det her tilfælde handler det om at konvertere en stigende interesse for vores destination til en helårsturisme, som er bæredygtig ud fra et socialt, økonomisk og miljømæssigt perspektiv.

Det kræver at vi løbende og i fællesskab får identificeret og sat handling bag de initiativer, som er nødvendige for at tage de næste skridt i en bæredygtig turismeudvikling til gavn for vores turismeaktører, i særdeleshed og lokalsamfundene i sin helhed. En opgave vi hos VisitNordvestkysten gerne vil være med til at tage ansvar for at få italesat og sat fremdrift bag.



VORES GÆSTER

Vores danske (42%), tyske (47%), norske (5%) og hollandske gæster (2%) udgør tilsammen 96% af vores gæstesammensætning. Generelt set benytter vi os af VisitDenmarks målgruppedefinition, 'De grønne idealister', til at beskrive vores gæster. Hertil findes der hos VisitDenmark seks underliggende segmenter man kan dykke ned i.

De grønne idealister er 30+ år med/uden børn og prioriterer rejser, der harmonerer med deres miljømæssige og bæredygtige værdier. De vælger destinationer, hvor de kan nyde naturen og kulturelle oplevelser, med et stærkt ønske om at støtte den lokale økonomi gennem brug af lokale produkter og tjenester. Langt størstedelen af vores gæster ankommer i bil og i den sammenhæng forventes en kraftig stigning af elbiler i de kommende år. Ydermere påvirkes deres rejsebeslutninger af et ønske om rene destinationer, plads til udfoldelse og autentiske oplevelser, der respekterer miljøet og lokalbefolkningen.



SÅDAN BIDRAGER VISITNORDVESTKYSTEN TIL FÆLLESSKABET

Vi er **retningsættende** for turismeudviklingen i vores fem kommuner og i de tilfælde, hvor vi vurderer at vi har et mandat til- og ansvar for at løse en opgave, vil vi påtage os den **udførende** rolle med henblik på at sikre fremdrift og resultater.

Herudover er vi **faciliterende** på rammerne for et fællesskab, både lokalt og regionalt, igennem vores netværksgrupper, workshops, 1:1 dialoger, events og Surf & Work communities, hvor alle der har en interesse for udviklingen i deres eget område og på tværs af vores geografi er velkomne.

Samtidig er vi altid klar med kvalificeret **sparring** når vores erhverv, foreninger og kommuner støder på udfordringer eller muligheder.

Sidst, men absolut ikke mindst, agerer vi løbende **turismens stemme** i forhold til den nationale turismepolitiske dagsorden.



SÅDAN BIDRAGER VISITNORDVESTKYSTEN TIL DEN GRØNNE OMSTILLING

Hos VisitNordvestkysten forsøger vi på bedste vis at inkorporere et bæredygtighedsperspektiv i alt vi foretager os. I tillæg til den generelle tilgang vil vi helt konkret forpligte os på at arbejde ud fra følgende principper:

- Vi vil altid søge bæredygtige løsninger, når der skal produceres fysiske markedsføringsmaterialer.
- Vi vil tage ansvar for vidensdeling om innovative løsninger, forløb og tilskudsordninger, som kan være med til at fremme den grønne omstilling hos vores erhverv.
- Vi vil udvikle aktiviteter til vores eventkoncepter, som sætter fokus på bæredygtighed og/eller regenerative gæsteoplevelser, såsom fælles strandrydningsarrangementer.
- Vi vil tage ansvar for den nationale turismepolitiske italesættelse af barrierer eller andre udfordringer, som vores erhverv støder ind i på deres vej mod en grønnere omstilling af deres forretning.

VISITNORDVESTKYSTENS TILGANG

Vi er **stolte, resultatorienteret og ambitiøse** omkring en involverende og bæredygtig turismeudvikling, som vi opnår ved altid at gøre os **umage** og have for øje at det vi leverer skal kunne **begejstre**. Ikke kun os selv, men også modtageren.

FÆLLESSKABETS TILGANG

VisitNordvestkysten ønsker et fællesskab med højt til loftet og en bred forankring på tværs af alle, med et hjerte for vores destination. Et **meningsfuldt** fællesskab, som man er **stolt** af at være en del af og hvor vi kan have det **sjovt** sammen.



FÆLLESSKABETS HOVEDAKTØRER

VISITNORDVESTKYSTEN

Retningssættende, udførende, faciliterende, sparring og turismens stemme.

DET LOKALE FÆLLESSKAB

- Visit- & turist-foreningerne
- Overnatningssteder
- Attraktionerne
- Restauratørerne
- Transportørerne
- Detailhandlen
- Kunst- og kulturinstitutionerne
- Kommunerne
- Handelsstands-foreningerne
- De lokale erhvervscentre
- Borgerforeningerne
- Naturparker
- Investorer
- Lokale fonde

DET REGIONALE FÆLLESSKAB

- Erhvervslivet
- Kommunerne
- Erhvervshusene
- Partnerskabet for Vestkystturisme
- Naturstyrelsen
- Erhvervsuddannelserne
- Investorerne
- Regionale fonde

DET NATIONALE STØTNETVÆRK

- Dansk Kyst- og Naturturisme
- VisitDenmark
- Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse
- Erhvervsministeriet
- Ministeriet for bl.a. Landdistrikterne
- Feriehusudlejernes Brancheforening
- Dansk Erhverv
- Dansk Industri
- Horesta
- Nationale fonde

ALLE BIDRAGER MED ENGAGEMENT, KOMPETENCER OG/ELLER RESURSER

HVORNÅR ER VISITNORDVESTKYSTEN EN SUCCES?

Turismen er gået fra at være et hyggeligt sæsonerhverv i kulissen af vores lokale byrum og vilde natur til at blive et erhverv, som med en omsætning i 2022 på DKK 10,4 mia. tager langt mere plads og i tiltagende grad får mere betydning for samfundsudviklingen i nogle af landets mest vestvendte landdistrikter. Det handler ikke længere blot om at understøtte et turismeerhverv i vækst, men om at facilitere en bæredygtig turismeudvikling vi kan være fælles om. Set i det lys er der fire målgrupper, som VisitNordvestkysten skal have fokus på i rejsen henimod en turisme vi kan leve af og leve med hele året rundt.

Pejlemærker:

- En årlig vækst i antal overnatninger på 3,3%.
- En årlig vækst i turismeforbruget på 4%.
- En årlig vækst i antal turismeskabte jobs på 4%
- Mere end 70% af vores interessenter skal være tilfredse med VisitNordvestkystens indsats (se gerne kriterierne til højre).

KOMMUNERNE

Vores kommuner skal opleve at vi:

- Er retningsgivende for turismeudviklingen.
- Er udførende på destinationsbrandingen og udviklingsaktiviteter, hvor det er relevant og skaber resultater.
- Faciliterer et fællesskab omkring turismen i kommunen, på tværs af destinationen og i regi af Partnerskabet for Vestkystturisme..
- Er en god og kompetent sparringspartner i forhold til kommunernes fysiske planlægning.
- Lykkes med at få italesat relevante politiske sager på nationalt niveau.

BORGERNE

Vores borgere skal gerne opleve at vi:

- Er retningsgivende for turismeudviklingen.
- Faciliterer et destinationsfællesskab, alle kan være en del af.
- Er en god og kompetent sparringspartner i forhold til turismens betydning.
- Lykkes med at få italesat relevante politiske sager på nationalt niveau.

ERHVERVET

Vores turismeerhverv og detailhandel skal gerne opleve at vi:

- Er retningsgivende for turismeudviklingen.
- Er udførende på destinationsbrandingen og udviklingsaktiviteter, hvor det er relevant og skaber resultater.
- Faciliterer et fællesskab omkring turismen i kommunen, på tværs af destinationen og i regi af Partnerskabet for Vestkystturisme..
- Er en god og kompetent sparringspartner i forhold til kommunernes fysiske planlægning.
- Lykkes med at få italesat relevante politiske sager på nationalt niveau.

GÆSTERNE

Vores gæster skal gerne opleve at vi:

- Er retningsgivende for turismeudviklingen.
- Faciliterer et destinations-fællesskab alle kan være en del af.
- Er en god og kompetent sparringspartner i forhold til at forstå hvordan man, som gæst, kan være med til at benytte og beskytte vores destination.
- Får synliggjort alle de fantastiske oplevelser i området.

SAMMEN SKABER VI RESULTATERNE

Skal vi kunne spille hinanden stærkere, er det vigtigt at vi er skarpe på ansvarsfordelingen. Derfor har vi hos VisitNordvestkysten brugt de sidste par år på at blive klogere på hvor vi har et tydeligt mandat og ansvar for at påtage os en rolle, som facilitator, projektleder, sparringspartner eller politisk talerør. Det er blevet til fem indsatsområder, som vi vil udfolde på de følgende sider:

- Den gode historie
- Indsigter i dag, der giver handling i morgen
- Værtens bedste gæsteservice
- Flere oplevelser hele året rundt
- Turismens stemme

FÆLLES OM DEN GODE HISTORIE

Hos VisitNordvestkysten er det en af vores fornemmeste opgaver, at få den gode historie om vores område ud at leve i Danmark og på vores prioriterede nærmarkeder. Vi bestræber os på, at skabe en stærk, fælles identitet og et samarbejde, der involverer både lokale og vores gæster. Gennem vores arbejde ønsker vi at fremhæve Nordvestkystens natur, overnatningstilbud og oplevelsesudbud i tæt samarbejde med vores erhverv, foreninger og borgere.

Ved at aktivere den gode historie igennem vores erhverv, borgere, ambassadører og benytte os af medieomtale, annoncering og ikke mindst kreative indholdsproduktioner, søger vi at tiltrække gæster hele året og styrke fællesskabet.

Fokusområder:

- Bæredygtig kommunikation
- Opbygning af fælles identitet og stærke platforme
- Ambassadører
- Medieomtale
- Aktivering af tredjepartskanaler
- Kreative og samskabende indholdsproduktioner
- Markedsprioritering



FÆLLES OM AT SKABE INDSIGTER, DER GIVER HANDLING I MORGEN

Hos VisitNordvestkysten er vi dybt engagerede i at forme fremtiden for en turisme med fokus på bæredygtighed, fællesskab, og innovation. Vi omfavner udfordringerne og realiserer potentialet for vores destination ved at omsætte data til indsigter, der kan handles på. Vores indsats for at fremme den bæredygtige turismeudvikling, skabe meningsfulde fællesskaber og udnytte de teknologiske fremskridt er kerneelementer i vores arbejde under dette indsatsområde.

Fokusområder:

- Bæredygtig turismeudvikling
- Meningsfulde fællesskaber
- Fra data til indsigter, der giver handling i morgen
- Effektivisering og optimering af vores turisme igennem kunstig intelligens
- Madkartellet
- Ferie for alle
- Udbygning af en bæredygtig og varieret overnatningskapacitet
- Turismens infrastruktur



FÆLLES OM DEN GODE GÆSTESERVICE

Hos VisitNordvestkysten er vi passionerede om at skabe mindeværdige oplevelser for vores gæster. Med en imponerende genbesøgsrate som vores store stolthed, er vi konstant på udkig efter måder hvorpå vi kan forbedre gæsteoplevelsen. Dette inkluderer at optimere vores onboarding af nye medarbejdere, fremme vidensdeling blandt lokale erhvervsaktører, og styrke vores fællesskab gennem et endnu bedre og bredere samarbejde på tværs af de mange aktører, som vores gæster interagerer med på deres besøg hos os.

Fokusområder:

- Gæsteservice – fra tanke til handling
- Surf & Work communities
- Wayfinding



FÆLLES OM FLERE OPLEVELSER HELE ÅRET RUNDT

Hos VisitNordvestkysten fokuserer vi på at skabe unikke oplevelser, der appellerer til både hjerte og sind. Vi arbejder tæt sammen med lokale aktører for at udvikle begivenheder og initiativer, der fremhæver det bedste ved vores område – den utæmmet natur, de lokale fødevarer, det store oplevelsesudbud og det varme fællesskab.

Gennem disse bestræbelser ønsker vi at tiltrække gæster hele året rundt, skabe varige minder og understøtte vores mission om at skabe en turisme vi kan leve af og leve med. Ved at udvikle og eksekvere på eventkoncepter i skuldersonerne, er vi ikke bare værter; vi er fortællere, der inviterer verden til at opleve de gode historier på Nordvestkysten – helt tæt på.

Fokusområder:

- SANS i Påsken
- 1 ud af 100 oplevelser i Pinsen
- Særlig indsats omkring uge 26-27
- Hook & Cook i sensommeren



FÆLLES OM TURISMENS STEMME

Selv om strategien lægger op til et bredt forankret destinationsfællesskab har VisitNordvestkysten et særligt ansvar i forhold til at sikre at vores turismeaktører har en stærk stemme når den nationale turismepolitiske debat falder på forretningskritiske spørgsmål, såsom ændringer af regler for udlejning af feriehuse, ændringer i campingreglementet eller ændring af Statens finansielle bidrag til udviklingen af Vestkystturismen.

Spørgsmål, som disse og mange flere, vil vi fortsætte med at stå sammen om at få italesat igennem Partnerskabet for Vestkystturisme.

I tillæg til den fælles indsats på Vestkysten vil vi hos VisitNordvestkysten også løbende italesætte turismens betydning ved kontinuerligt at bringe de gode historier og eksempler fra vores eget område i spil overfor pressen, politikerne, erhvervet og borgerne – lokalt, regionalt og nationalt.

Fokusområder:

- Politisk interessevaretagelse
- Fundraising
- Fortællingen om turismens betydning



APPENDIKS



FÆLLES OM DEN GODE HISTORIE

VisitNordvestkysten vil fortsat være udførende på den gode historie om vores destination både lokalt og regionalt. Alt sammen i tæt samarbejde med vores erhverv og med et todelt formål; At styrke fællesskabet og øge interessen for en ferie hos os hele året rundt.

BÆREDYGTIG KOMMUNIKATION

Vores gæster foretrækker mindre snak og mere handling når det kommer til bæredygtighedsdagsordenen. Derfor vil vores fokus på bæredygtighed også komme til udtryk igennem de valg vi foretager os fremfor de tanker vi gør os.

Tiltag:

- Vi vil prioritere at få al fysisk materiale produceret i henhold til anerkendte bæredygtighedscertificeringsordninger.
- Vores medieplaner vil have et fokus på en gæstespredning henover året.
- Vi vil gøre det nemmere at orientere sig mod grønne løsninger i forhold til de ferieoplevelser man søger hos os (eksempelvis ladestandere, kollektiv trafik og regenerative oplevelser, såsom Race for Ocean, strandkasserne hos Hold Danmark Rent eller Strandet).

OPBYGNING AF FÆLLES IDENTITET OG STÆRKE PLATFORME

Hos VisitNordvestkysten har vi oplevet at et stærkt fokus på trafikoptimering til vores platform, har øget den organiske trafik signifikant. Kombineret med vores ambition om at skabe et stærkt destinationsfællesskab, så mener vi det giver rigtig god mening fortsat at fokusere på trafik til vores portal, Vestkystapp'en, nyhedsbreve og SoMe kanaler. Det er vigtigt at pointere at vi går efter kvalitetstrafik, som på den ene eller anden måde udviser en oprigtig interesse for vores destination. Det kan eksempelvis måles igennem 'time on site', 'bouncerate', 'engagementrate' eller lignende KPI'er, som vil blive holdt op imod gængse branche benchmarks.

Tiltag:

- Opsætning af KPI-sæt med en klar ambition om at øge kvalitetstrafikken til vores kanaler.
- Løbende A/B test i forhold til hvad der fungerer bedst til at drive kvalitetstrafik til vores kanaler.
- Fokuseret rekrutteringsindsats til VisitNordvestkystens kanaler.
- Øge indsatsen omkring SEO.

- Anvendelse af fokusgrupper til at få nye input til gæsteoplevelsen på vores portal.
- Undersøg løbende mulighederne for optimering af vores indsats igennem AI løsninger.

AMBASSADØRER

VisitNordvestkysten har rigtig gode erfaringer med at mobilisere ambassadører med et hjerte der på den ene eller anden måde banker for vores område. Der kan eksempelvis være tale om en borgmester, lokal erhvervsaktør eller en kendis med rødder i lokalområdet. Hermed øger vi autenticiteten og får skabt en stærk historiefortælling, der rammer en meget modtagelig målgruppe. Derfor er det også et kommunikationsværktøj vi ønsker at udbygge i den kommende strategiperiode.

Tiltag:

- Inkorporere lokale ambassadører i indholdsproduktioner.
- Teste forskellige formater for samarbejder med lokale ambassadører.
- Teste samarbejder med større influencers med en tilknytning til vores område.

MEDIEOMTALE

Hos VisitNordvestkysten har vi igennem de seneste år oplevet hvordan den gode presseomtale kan påvirke interessen for vores område i stor stil. Af samme årsag vil vi også i de kommende år have en aktiv presseindsats.

Tiltag:

- Planlægning og eksekvering af presseture fra vores prioriterede nærmarkeder i samarbejde med VisitDenmark.
- Løbende udsendelse af debatindlæg eller pressemeddelelser til relevante danske medier.
- Imødekomme henvendelser på pressebesøg ved på forhånd at udarbejde turforslag der matcher vores tematikker.

FÆLLES OM DEN GODE HISTORIE

FORTSAT

AKTIVERING AF TREDJEPARTSKANALER

VisitNordvestkysten er så utrolig heldige at have fem kommuner og et stærkt erhverv, som tilsammen sidder på et hav af fantastisk distributionskanaler til vores målgrupper. Det netværk skal vi blive langt bedre til at aktivere.

Tiltag:

- Udarbejdelse af skabeloner for hvordan man kan versioner rammen omkring eksisterende kampagneindhold.
- Individuelle indholdsproduktioner der linker større tredjepartskanaler til fælleskampagner.
- Introduktion af konkurrenceelement i forhold til at indgå i kampagnesamarbejde.

KREATIVE OG SAMSKABENDE INDHOLDSPRODUKTIONER

Med nye cookie regler, øget konkurrence og et relativt lavt markedsføringsbudget, i hvert fald når man holder det op imod konkurrenterne, bliver det kreative indhold med fokus på at sætte 'content' i 'context' altafgørende. En tese vi hos VisitNordvestkysten allerede har kunne bekræfte det sidste års tid, hvor vi har forsøgt os med en mere sjov og kreativ kommunikation til stor gavn for vores brugerengagement og trafik. Samtidig har vi oplevet at involvering af vores aktører i indholdsproduktionerne ikke blot øger deres engagement i fællesskabet, men det styrker også vores kommunikation. Derfor er det helt naturligt at vi fortsætter ad samme vej.

Tiltag:

- Flere indholdsproduktioner i samarbejde med lokale aktører og med et glimt i øjet.
- Udarbejdelse af en plan for hvordan vi bliver bedre til at gribe mulighederne når de opstår.
- Opsøg input til nye idéer fra vores erhverv.

MARKEDSPRIORITERING

VisitNordvestkysten vil fortsat have et stærkt fokus på det danske marked og sammen med VisitDenmark forsøge at realisere potentialet på det tyske og hollandske marked samt vende den negative kurve for norske overnatninger. Derudover ser vi også nogle interessante tendenser dukke op på de sydeuropæiske markeder i takt med at hedebølgerne øger interessen for koldvandsdestinationer. Tendenser vi sammen med VisitDenmark også vil udforske i de kommende år.

Tiltag:

- Løbende dialog med VisitDenmark om markedspotentialet på de prioriterede udenlandske markeder.
- Løbende monitorering af markedstendenser på det danske marked.

FÆLLES OM AT SKABE INDSIGTER, DER GIVER HANDLING I MORGEN

Hos VisitNordvestkysten har vi valgt at give vores udviklingsafdeling en lidt snørklet overskrift, fordi vi har lært at nye indsigter isoleret set er meget lidt anvendelige uden den rigtige implementering. Derfor kommer vi til at have fokus på at konvertere nye indsigter fra vores dataplatform, analyserapporter og andre relevante kilder til konkrete handlinger igennem vores netværksgrupper, workshops og 1:1 møder.

BÆREDYGTIG TURISMEUDVIKLING

En bæredygtig tilgang til vores udviklingsindsatser er altafgørende for at vi lykkes med missionen om at udvikle en turisme vi kan leve af og leve med hele året rundt. Derfor indgår bæredygtighedsperspektivet også som et naturligt element i alle aspekter af vores udviklingsarbejde.

Tiltag:

- Match-making mellem vores erhverv og diverse offentlige tilbud om hjælp til bæredygtighedscertificeringer og andre bæredygtighedstiltag.
- Integration af den bæredygtige vinkel i samtlige af vores projektspor.
- Vidensdeling på tværs af vores erhverv.

MENINGSFULDE FÆLLESSKABER

VisitNordvestkystens erfaringer viser os, at fællesskabet først for alvor vokser i styrke når alle deltagerne kan se og mærke værdien af at stå sammen. Det har vi valgt at kalde for meningsfulde fællesskaber. Hos VisitNordvestkysten vil vi bidrage til de meningsfulde fællesskaber igennem lokale og regionale netværksgrupper, workshops og 1:1 møder, hvor vi dels skal blive bedre til at lytte efter hvad der fylder hos vores erhverv og foreninger samt dels blive bedre til at omsætte input til handling, som gavner den enkelte såvel som fællesskabet i sin helhed.

Tiltag:

- Deling af eksempler på hvordan vi får konverteret input/behov til handlinger i netværksgrupperne, workshops eller som et resultat af vores 1:1 møder.
- Udvikling af én til flere modeller for det meningsfulde møde.
- Løbende evaluering på hvordan deltagerne i vores netværksgrupper, på vores workshops og i vores 1:1 dialog opfatter værdien af fællesskabet.

FRA DATA TIL INDSIGTER, DER GIVER HANDLING I MORGEN

Dataplatformen, som blev udviklet på Vestkysten, som VisitDenmark nu har fået ansvaret for at udrulle nationalt, har potentiale til at revolutionere vidensgrundlaget i dansk turisme og dermed give os alle sammen en unik konkurrencefordel. Skal vi lykkes med at realisere det spændende potentiale der ligger i dette projekt, fortæller vores erfaringer os at det er vigtigt vi arbejder tæt sammen om hele rejsen fra data over indsigter til handlinger vi kan mærke på bundlinjen og i den politiske beslutningsproces. Her vil VisitNordvestkysten fortsætte med at påtage sig projektlederrollen og i stigende grad involvere vores aktører i takt med at projektet skrider fremad.

Tiltag:

- Brug af data og indsigter i sparringen med vores kommuner og erhvervsaktører.
- Brug af data og indsigter i arbejdet med vores projektspor.
- Mulighed for tilkøb af udvidet kommunalt datasamarbejde med fokus på at generer business cases på hvordan data bliver til indsigter der skaber handling.

EFFEKTIVISERING OG OPTIMERING

AF VORES TURISME IGennem KUNSTIG INTELLIGENS

Med chatGPT blev kunstig intelligens for første gang en konkret og brugbar størrelse for os alle sammen. Udsigterne til hvad kunstig intelligens kan bruges til i fremtiden er samtidig langt mere omfattende, også i en turismekontekst. Det er et felt i rivende udvikling, hvorfor VisitNordvestkysten løbende vil holde øje med hvordan det som værktøj kan optimere vores egen såvel som vores erhvervs forretninger.

Tiltag:

- Lavpraktiske introduktionsforløb til hvordan man kan bruge AI.
- Deling af eksempler på hvordan andre bruger AI i deres forretning.
- Test løbende brugen af AI hos VisitNordvestkysten og del erfaringerne med kommunerne og erhvervet.

FÆLLES OM AT SKABE INDSIGTER, DER GIVER HANDLING I MORGEN

FORTSAT

MADKARTELLET

Vi oplever i disse år en fantastisk udvikling i vores lokale fødevarerproduktioner og hos mange af vores eksisterende og nye restauranter, ligesom vi kan se at de lokale fødevarerfortællinger er en af de helt store vinder hos vores gæster. Derfor giver det også rigtig god mening, at vi dyrker den styrkeposition vi allerede har opnået indenfor dette område i endnu højere grad. Og at vi gør det i fællesskab.

Tiltag:

- Samle relevante restauratører og fødevarerproducenter i ét til flere grupper under fælles paraplyen 'Madkartellet'.
- Afsøgning af de nødvendige tiltag henimod en stærkere fødevarerfortælling i vores område.
- Konzeptudvikling.
- Ansøgning om eksterne projektmidler til et eller flere fødevarerprojekter.

TILGÆNGELIG FERIE FOR ALLE

Som et nyt tiltag ønsker vi at arbejde med tilgængeligheden til vores produkt, således at gæster med fysiske handikap også kan få bedre adgang til de mange gode ferieoplevelser i vores område. Det gør vi fordi det taler rigtigt godt ind i vores vision om et fællesskab med plads til alle. VisitNordvestkysten ser indsatsen, som todelt mellem udvikling og oplysning af tilgængeligheden. Rejsen starter med at blive klogere på hvad der skal til for at lykkes med opgaven for derefter at sætte handling bag de indsigter vi i fællesskab finder frem til. En proces VisitNordvestkysten tager projektlederansvaret for.

Tiltag:

- Gennemførelse af ét til flere pilotprojekter.
- Vidensdeling på tværs af alle fem kommuner.
- Udarbejdelse af relevant information til målgruppen (eksempelvis kortlægning af handikapvenlige attraktioner og toiletter).

UDBYGNING AF EN VARIERET OG BÆREDYGTIG OVERNATNINGSKAPACITET

Et af de bærende elementer i Udviklingsplanen for Vestkysten samt for Nordvestkystens fortsatte positive udvikling afhænger af vores evne til at imødekomme vores gæsters ønsker og behov for en mere varieret og bæredygtig overnatningskapacitet. Af den grund vil vi hos VisitNordvestkysten i tæt samarbejde med vores kommuner og Dansk Kyst- og Naturturisme arbejde målrettet for at øge interessen for investeringer i ny overnatningskapacitet.

Tiltag:

- Arbejde for en realisering af modningsfonden.
- Sparring omkring modning af prospekter.
- Aktiv deltagelse i tiltrækning af lokale investorer.

TURISMENS INFRASTRUKTUR

I tillæg til en udbygning af overnatningskapaciteten så står vi ligeledes med nogle større infrastrukturelle udfordringer hvis udviklingen fortsætter i samme retning. Her ligger serveretten hos vores kommuner, men som destinationsselskab vil vi stå klar til at bidrage med indsigter og kompetencer i kvalificeringen og ikke mindst prioriteringen af forskellige anlægsprojekter, ligesom vi selvfølgelig gerne bidrager med forslag til hvordan eksisterende kyst- og naturbeskyttelsesprojekter også vil kunne komme til gavn for turismen.

Tiltag:

- Tydeliggøre i endnu højere grad overfor kommunerne hvad vi kan tilbyde dem sparring omkring.
- Aktivering af netværk hos VisitNordvestkysten til borgerinddragelse i beslutninger der vedrører den lokale turismeinfrastruktur.

FÆLLES OM DEN GODE GÆSTESERVICE

83% af gæsterne på Vestkysten har været her før. En genbesøgsrate, som vi alle sammen med rette kan være stolte af og som vi skal værne om. For lykkes vi med at bevare en imponerende høj genbesøgsrate samtidig med at vi ser flere nye gæster i vores område hele året rundt, så er vi rigtig godt på vej til at nå målet om en bæredygtig helårsturisme. Med afsæt i vores erfaringer vil vi hos VisitNordvestkysten derfor fortsætte vores indsatser omkring rekruttering, on-boarding og vidensdeling. Alt sammen med henblik på at være fælles om at sende gæsten rundt imellem os og altid yde værtens bedste gæsteservice.

GÆSTESERVICE – FRA TANKE TIL HANDLING

Der er ingen tvivl om at alle vores erhvervsaktører ønsker at stå sammen om en gæsteoplevelse der ligger helt i top. Alligevel må vi erkende at indsatsen desværre ikke altid lykkes. Ofte ser vi at problemerne ligger i on-boardingen af nye sæsonmedarbejdere eller manglende sparring med andre ligesindede aktører omkring håndteringen af svære situationer. Her fortæller vores erfaringer os, at VisitNordvestkysten kan være med til at gøre en forskel ved at fortsætte afholdelsen af workshops, der inviterer erhvervet til at få en mere struktureret tilgang til on-boarding af nye sæsonmedarbejdere samtidig med at vi giver mulighed for sparring mellem aktørerne.

Tiltag:

- Fortsættelse af workshops omkring den gode gæsteservice.
- Udarbejdelse af én til flere 'one-pager' med kontante lavpraktiske råd til optimering af egen gæsteservice.
- Søsætte aktiviteter, som øger produktkendskabet i nærområderne.

SURF & WORK COMMUNITIES

Vores Surf & Work camps ændrer navn til Surf & Work communities, for at signalere at vi går fra afgrænset grupper af unge til at målrette indsatsen overfor alle sæsonmedarbejdere i et givent område. Formålet forbliver dog det samme, nemlig at øge incitamentet for at arbejde, bo og besøge os herude vestpå.

Tiltag:

- Rekruttering til vores Surf & Work communities i vores fem kommuner.
- Projektledelse af Surf & Work communities i vores fem kommuner.

WAYFINDING

Udrulningen af den fysiske skiltning af Wayfinding konceptet fortsætter i de kommende år og vil forblive en kommunal opgave. VisitNordvestkysten stiller sig selvfølgelig til rådighed, som sparringspartner, der hvor der ønskes.



FÆLLES OM FLERE OPLEVELSER HELE ÅRET RUNDT

Filosofien bag flere oplevelser hele året rundt udspringer af en bæredygtig tankegang om i langt højere grad at aktivere skuldæsonerne, så vi får en mere social og økonomisk bæredygtig turisme. Til gavn for bosætningen, omsætningen og beskæftigelsen. En kurs, som også fremadrettet vil være retningsgivende for vores arbejde med events i destinationen.

I takt med at forskellige eventkoncepter bliver økonomisk bæredygtige for vores erhverv vil VisitNordvestkysten trække sig mere i baggrunden og i stedet fokusere på udviklingen af nye satsninger i tæt samarbejde med de lokale kræfter. I den kommende strategiperiode vil vi fokusere på fire eventkoncepter.

SANS I PÅSKEN

Med afsæt i den store historiske interesse for at besøge vores kunsthåndværkere i Påsken, inviterer vi med SANS vores gæster til at komme helt tæt på et væld af nye sanseoplevelser indenfor kunst, kultur og mad i vores område. I modsætning til vores andre eventkoncepter foregår aktiviteterne ikke i det offentlige rum, men gæsterne inviteres i stedet til særlige oplevelser ude hos de enkelte aktører. Vores forhåbning er, at vi med dette koncept både tiltrækker nye gæster, men også får gæsterne sendt rundt til flere oplevelser i Påsken.

1 UD AF 100 OPLEVELSER I PINSEN

Med konceptet '1 ud af 100 oplevelser' ønsker vi at sætte fokus på mangfoldigheden af de mange oplevelser vi har at tilbyde til enhver aldersgruppe og samtidig er intentionen også at få fyldt mere op i den sidste større miniferie, før sommerferien for alvor går i gang, nemlig Pinsen. Konceptet er tidligere blevet afviklet med stor succes i påsken og vi vil bruge de næste år til at videreudvikle på fyrtårnsaktiviteterne, ligesom vi vil øve os i at skabe endnu bedre synergi mellem gratisoplevelserne i det offentlige rum og tilbuddene hos vores erhverv. Fra iskiosken over attraktionen til overnatningsstedet. Alt sammen i tæt samarbejde med de mange gode lokale kræfter, som er rammesættene og altafgørende for vores succes.

SÆRLIG INDSATS OMKRING UGE 26-27

Flere stemmer i erhvervet har ytret et ønske om at vi sammen kigger på at styrke besøgstallet i ugerne 26 og 27, da det er resurse-mæssige tunge uger, hvorfor en bedre indtjening vil få en stor betydning for hele årets resultat. Derfor vil vi sammen med vores erhverv i den kommende strategiperiode teste forskellige løsninger, for at se om vi kan finde vejen til en mere profitabel forsommer. Det er dog muligt at denne indsats først vil starte op i 2025.

HOOK & COOK I SENSOMMEREN

Vores første Hook & Cook events løb af stablen i 2021 og siden hen har interessen kun taget til i styrke. Således vurderes det, at 43.000 gæster kiggede forbi vores Hook & Cook events i slutningen af august og starten af september 2023. Ligesom det gør sig gældende for vores andre eventkoncepter vil udviklingen af lokale aktiviteter fortsat blive til i tæt samarbejde med lokale kræfter, så vi sikrer den lokale identitet i fællesskabet. Ydermere vil vi forsøge at involvere fiskeindustrien i de kommende års udvikling af konceptet, da der findes nogle helt klare paralleller mellem Hook & Cook og fiskeindustriens ønske om en bredere folkelig madforståelse, der strækker sig til mere end laks, torsk og rejer. Hook & Cook vil dog holde sig udenfor den politiske debat om fiskeriets vilkår.

FÆLLES OM TURISMENS STEMME

Det er yderst vigtigt at vores turisme har en stærk stemme i den nationale turismepolitiske debat. Det gælder både når der skal diskuteres emner af lovmæssig karakter, behovet for statslig medfinansiering af turismen ude vestpå, eller en større udbredelse af kendskabet til turismens betydning i vores område. Derfor vil vi også fortsat prioritere dette område i Nordvestkysten og i tæt samarbejde med de øvrige destinationer i Partnerskabet for Vestkystturisme.

POLITISK INTERESSEVARETAGELSE

I turismepolitiske spørgsmål, der vedrører én eller flere af vores kommuner, bidrager vi gerne med viden og fakta i det omfang det ønskes af de pågældende kommuner. I turismepolitiske spørgsmål der kræver en national bevågenhed, vil vi gå igennem Partnerskabet for Vestkystturisme.

Tiltag:

- Løbende dialog med vores kommuner om aktuelle turismepolitiske emner.
- Koordination med de øvrige destinationsselskaber i Partnerskabet for Vestkystturisme om den nationale turismepolitiske dagsorden.

FUNDRAISING

Det er stadigvæk vores klare ambition at Vestkysten skal permanent på finansloven, ligesom det er vigtigt at Vestkysten får sin retmæssige andel af statslige udviklingspuljer til dansk turisme.

Tiltag:

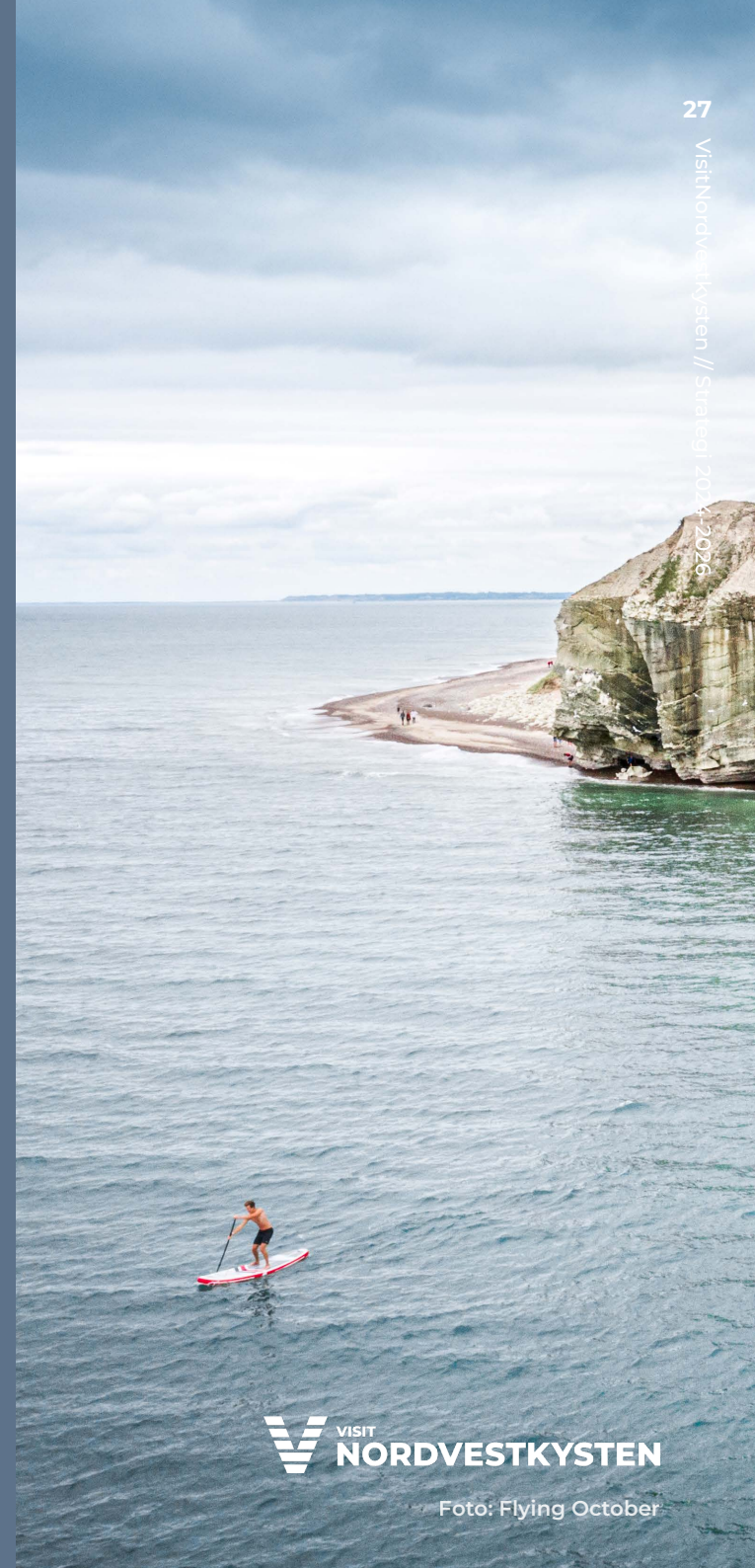
- Fortsat deltage i koordineringen af det nationalpolitiske pres igennem Partnerskabet for Vestkystturisme.

FORTÆLLINGEN OM TURISMENS BETYDNING

Kendskabet til turismens betydning for omsætning, bosætning og arbejdspladser i vores kommuner er stadigvæk relativt lavt hos både politikerne, erhvervet, borgerne og gæsterne. Det er vigtigt at vi får ændret ved dette faktum, så drøftelserne om fremtidens turisme bliver mere kvalificeret.

Tiltag:

- Udarbejdelse af fakta-ark for hver kommune der sættes i spil til møder, workshops og når VisitNordvestkysten holder oplæg.
- Styrkelse af vores corporate site.
- Pressemeddelelser om vores turisme.



BAGGRUND:

OMVERDENS ANALYSE - KORT FORTALT

I de følgende relative korte afsnit ønsker vi at sætte scenen for nogle af de potentialer og udfordringer i vores omverden, som vi hos VisitNordvestkysten ser kan have en indvirkning på vores succes.

DE GRØNNE IDEALISTER

Ifølge VisitDenmark ser vi, på vores prioriterede markeder, en stigende tendens til at flere gæster søger naturoplevelser og bæredygtige løsninger i trygge rammer med plads til at kunne udfolde sig aktivt. Samtidig er der tale om en relativ købestærk målgruppe, som i højere grad end tidligere kan lokkes til at holde ferie udenfor de større byer hele året rundt. Således matcher målgruppen godt op imod vores styrkepositioner. På produksiden er der dog til gengæld plads til forbedringer, særligt med tanke på ladeinfrastrukturen og den fleksible overnatningskapacitet.

EN BÆREDYGTIG TURISME

Det er ikke blot vores gæster, som i højere grad holder os ansvarlige for vores bæredygtigheds-tilgang. Det samme gælder også for vores erhverv og lokale borgere. Turismen må fortsat gerne være en vækstmotor for lokalsamfundene, men det skal ske med behørig respekt for de miljøtekniske-, økonomiske- og sociale forhold i det givne område.

LOKAL FORANKRING

En anden vigtig pointe, som virkelig har givet genklang igennem de sidste fire års destinationsarbejde, har været vigtigheden af en stærk lokal forankring af turismeudviklingen. Vi kan sagtens tænke i tværgående indsatser, men løsningerne skal findes og forankres i det enkelte lokale område. Løbende lokal dialog og involvering er i den sammenhæng af kritisk betydning for vores succes.

VI ER BLEVET KLOGERE PÅ VORES TURISME

Udviklingen af en dataplatform på Vestkysten, som nu står overfor en national udrulning, har sat os på en kurs mod en langt mere videns baseret turismeudvikling. Sammen har vi sat sejlene, men vi står stadigvæk overfor en stor opgave i forhold til at sikre fortsat fremdrift. Vi skal med andre ord have bevæget os fra rå data til indsigter, der kan bidrage til en mere bæredygtig turismeudvikling og en stærkere bundlinje hos vores erhverv.

FRA SÆSON- TIL HELÅRSBRANCHE

Årene med Corona og den efterfølgende ustabilitet i Europa samt resten af verden, har betydet at langt flere end tidligere har fået øjnene op for Vestkystens kvaliteter udenfor den normale højsæson. Således har vi alene hos Nordvestkysten set en øgning i antal overnatninger på 17% i den del af året, som ligger udenfor juni til august (2019 – 2022). En tendens der tilsyneladende har bidt sig fast og som giver en tiltro til at vi med en fornuftig indsats kan gå fra at være en sæson- til en helårsbranche indenfor de kommende år.

INVESTERINGSEFTERSLÆB

Flere gæster hele året rundt stiller nye krav til vores turismeprodukt og kalder på større investeringer på tværs af den offentlige- og private sektor. I forhold til de offentlige investeringer, har vi de sidste år oplevet et øget engagement og håber selvfølgelig at denne tendens vil fortsætte. De private investorer er også tilstede i markedet, men vi mangler stadigvæk at finde den helt rette formel til at konvertere interesse til handling. En kritisk opgave, som vi skal lykkes med hvis vi vil fortsætte vores positive udvikling.

LOVGIVNINGSMÆSSIGE BARRIERER

Med den stigende efterspørgsel følger også en række lovgivningsmæssige udfordringer i forhold til at kunne imødekomme de nye behov for udvikling af vores turismeprodukt. Det gælder særligt indenfor planlovgivningens restriktioner og i forhold til den manglende fleksibilitet på beskæftigelsesområdet. Nationale udfordringer, som har fået større betydning i en lokal kontekst i takt med at turismen er begyndt at fylde mere i landskabet.

BAGGRUND:

FAKTA

UDVIKLING I ANTAL OVERNATNINGER (2020 – 2023)

- **+11%** (6.2 mio. overnatninger i 2023)

MÅLGRUPPEN

- De grønne idealister i form af voksne par 30+ år med/uden børn fra Danmark, Tyskland, Norge og Holland.

UDVIKLING I OMSÆTNING (2019 – 2022)

- **+18%** (DKK 10.4 mia. i 2022)

TURISMEAFLEDT VÆRDITILVÆKST (2021)

- DKK 4.8 mia.

TURISMESKABTE ARBEJDSPLADSER (2021)

- 9.122 fuldtidsjobs

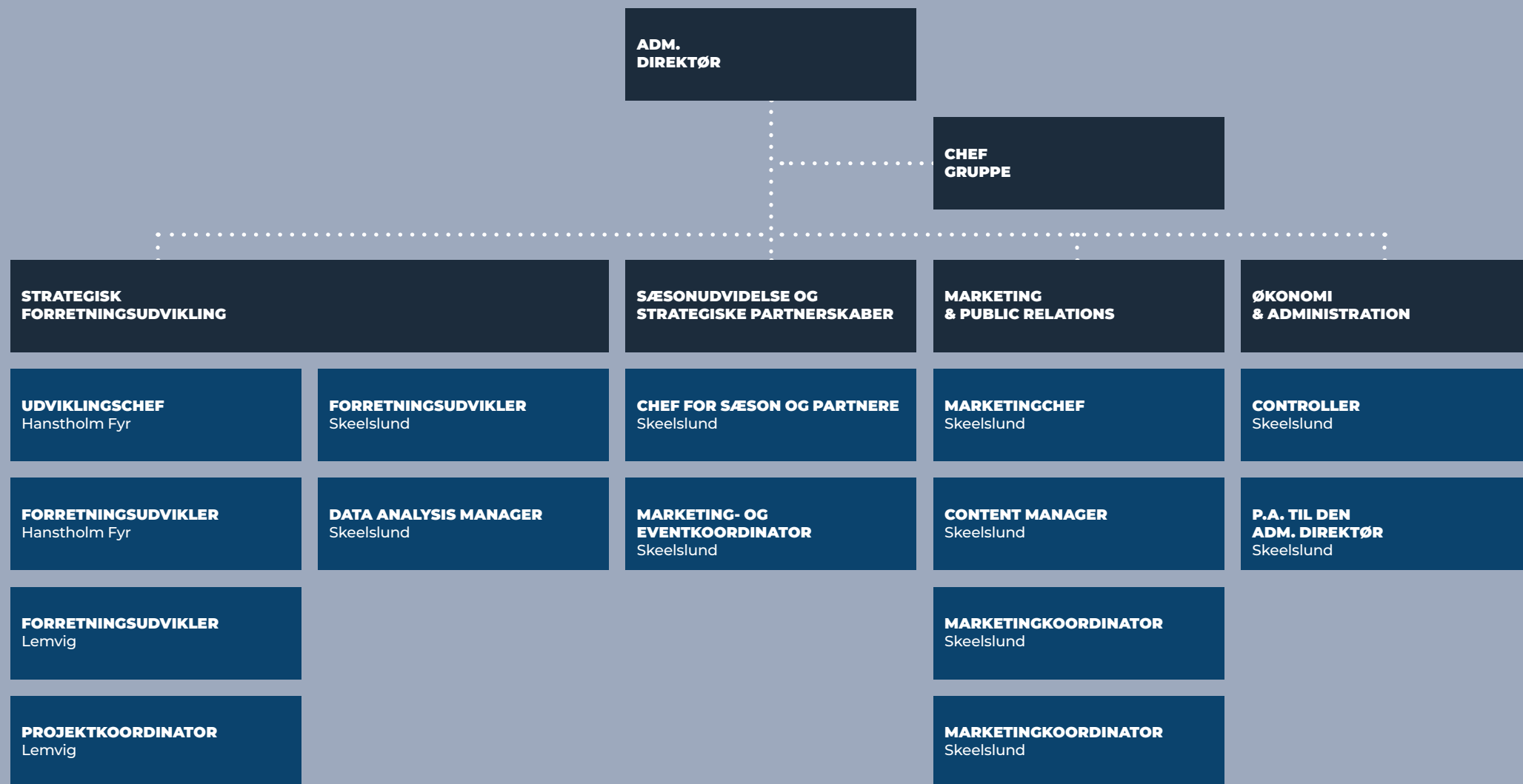
RANGERING (2024)

- Danmarks tredjestørste destinationsselskab



ORGANISERING

VISITNORDVESTKYSTEN



BESTYRELSEN VISITNORDVESTKYSTEN



Niels Jørgen Pedersen - Formand
Borgmester Thisted Kommune



Mogens Christen Gade
Borgmester Jammerbugt Kommune



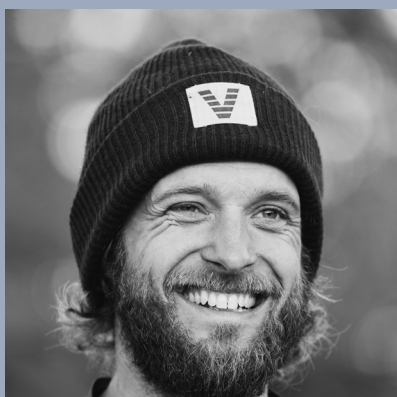
Søren Smalbro
Borgmester i Hjørring Kommun



H.C. Østerby
Borgmester Holstebro Kommun



Erik Flyvholm
Borgmester Lemvig Kommune



Kristian Skjødt - Næstformand
Direktør Feriecenter Slettestrand



Jan Brusgaard
Indehaver Feriepartner Nordjylland




Jesper Nielsen
Indehaver Feriepartner Vejby Klit



Mogens Knudsen
Uddeler og Direktør hos
Løkken Brugsforening



Lisette Sønderby
Havnedirektør i Thorsminde



**TAK FOR SPARRING TIL:
BESTYRELSEN
STRATEGISKE PARTNERE
KOMMUNERNE
GROUP NAO**

 VISIT
NORDVESTKYSTEN

Foto: Christian Faber