

Året, der gik

ÅRSBERETNING 2023



**Destination
Himmerland**

Indhold

TAK FOR ÅRET, DER ER GÅET	3
OVERNATNINGER I HIMMERLAND	4
MARKEDSFØRING - 360 GRADER	5
SOCIALE MEDIER	6
INTERNATIONAL MARKEDSFØRING	7
PRESSEKLIP	8
GOVISIT	10
VI INSPIRERER TURISTERNE	11
OMRÅDEANSVARLIGE	12
FLERE PÅ HIMMERLANDSHOLDET	14
NEXT STEP HIMMERLAND	16
STRATEGISKE PROJEKTER	17
SAMARBEJDER, DER STYRKER TURISMEN	18
DU KAN BLIVE PARTNER HOS DESTINATION HIMMERLAND	20

Info

Destination Himmerland

Løgstørvej 14, 9600 Aars
Tlf. 7027 1377
info@destinationhimmerland.dk
www.destinationhimmerland.dk

Layout og tekst:

Destination Himmerland

Statistik:

Danmarks Statistik og egne oplysninger fra fx
Google Analytics og META

Billeder:

Destination Himmerland, Mette Johnson,
Louise Rosenkilde Larsen, Drømmesteder,
Addmotion.dk, OpdagDanmark



Tak for året, der er gået

2023 har været et spændende år for turismen i Himmerland, og vi er hos Destination Himmerland begejstret for at dele vores seneste fremskridt og planer for det kommende år.

Gennem vores brandingaktiviteter har vi i 2023 med gode resultater arbejdet for at styrke vores markedsposition både nationalt og internationalt. I 2024 arbejder vi endnu mere fokuseret på at skabe mest mulig kendskab og inspiration til at vælge Himmerland og vores partnere som besøgs-mål. En del af strategien er at implementere en tilrettet visuel identitet og skifte navn til Visit Himmerland som led i vores branding. Sammen med vores markedsføringstiltag vil det give en stærkere profilering på markedet af vores fantastiske Himmerland og alle dets oplevelser.

Vi blev en del af flere betydningsfulde projekter i 2023. Blandt andet et omfattende gæsteserviceprojekt, som skal give turisterne nemmere adgang til relevant information, når de besøger vores partnere og Himmerland. Vi deltager også i det nationale dataprojekt, VisitData, der vil give ny data og indsigter til fremtidens turismeudvikling. Projektet om en stor, ny udviklingsplan for den østlige side af Jylland er også under udvikling. Den kommer til at give vigtige strategiske pejlemærker for turismen i de kommende årtier.

Vi har i det forgangne år oplevet stor interesse for vores bæredygtighedsprojekt, Next Step Himmerland, og kan med glæde se, hvordan vores partnere tager de mange gode råd til sig. Vi fortsætter i 2024 med at invitere virksomheder ind i projektet, der ønsker at tage et grønt skridt og ser frem til flere GreenTalks, netværksmøder og inspirerende virksomhedsforløb.

I 2023 uddelte vi for første gang Himmerlandspriserne, hvor Årets Ildsjæl og Årets Turismeindsats i Himmerlands turisme blev hædret. Det gør vi igen i 2024 i forbindelse med vores nytårskur. Det er med stor tak og fornøjelse, at vi gerne vil anerkende de nominerede for deres særlige engagement og indsats.

Destination Himmerlands første strategiperiode udløber med 2024. Sammen med bestyrelsen glæder jeg mig til at byde vores mange interessenter ind til gode møder om, hvordan vi sammen kan og vil udvikle turismen de næste år.

Selvom vi har oplevet positive resultater i år, er vi bevidste om, at vi ikke kan hvile på laurbærrene. Konkurrencen om turisternes opmærksomhed, tid og penge er meget, meget hård og påvirket af globale begivenheder. Det er vigtigt, at vi holder fast i vores fællesskab i Himmerland om sammen at tiltrække gæster og give dem en god oplevelse i vores smukke del af Dan-

mark. Lykkeligvis har vi nu en flot og vigtig blåstempling af Aggersborg og Fyrkat som UNESCO verdensarv. Den, vil vi arbejde for, skal skabe grobund for at turismen blomstrer i hele turisterhvervet og de omkringliggende byer.

I løbet af min korte tid som destinationsdirektør har jeg været vidne til et imponerende engagement fra de himmerlandske attraktioner, turistvirksomheder, frivillige og medarbejdere. Det tegner lovende for fremtiden, og vi er meget glade for at samarbejde med vores partnere, ejerkommuner og øvrige interessenter. Sammen kan vi realisere mere af det store turismepotentiale, som Himmerland rummer.

Alt i alt venter der igen os og vores partnere nye spændende projekter, branding- og markedsføringsaktiviteter, turismeakademi, netværksmøder og meget mere i det nye år. Mine medarbejdere og jeg ser frem til at samarbejde endnu tættere med jer for sammen at udvikle turismen i Himmerland.

Tak for jeres fortsatte støtte. Jeg ser frem til, at vi sammen går ind i et fantastisk 2024.

De bedste hilsener

*Destinationsdirektør
Johanne Bugge*



Navn og alder:

Johanne Bugge, 45 år

Det elsker jeg mest ved Himmerland:

Variationen i den smukke natur, de herlige himmerlændige og de mange fine, lokale perler af oplevelser i hele Himmerland.

Derfor brænder jeg for turismen i Himmerland:

Jeg elsker at arbejde med turismeudvikling. Himmerland har et uforløst turismepotentiale, som jeg brænder for at udvikle.

Det vidste du ikke om mig:

Jeg elsker haver og har i min egen have 62 forskellige roser. Jeg elsker også den lokale idrætsforening St. Restrup IF.

Tre ting, jeg vil have fokus på i 2024:

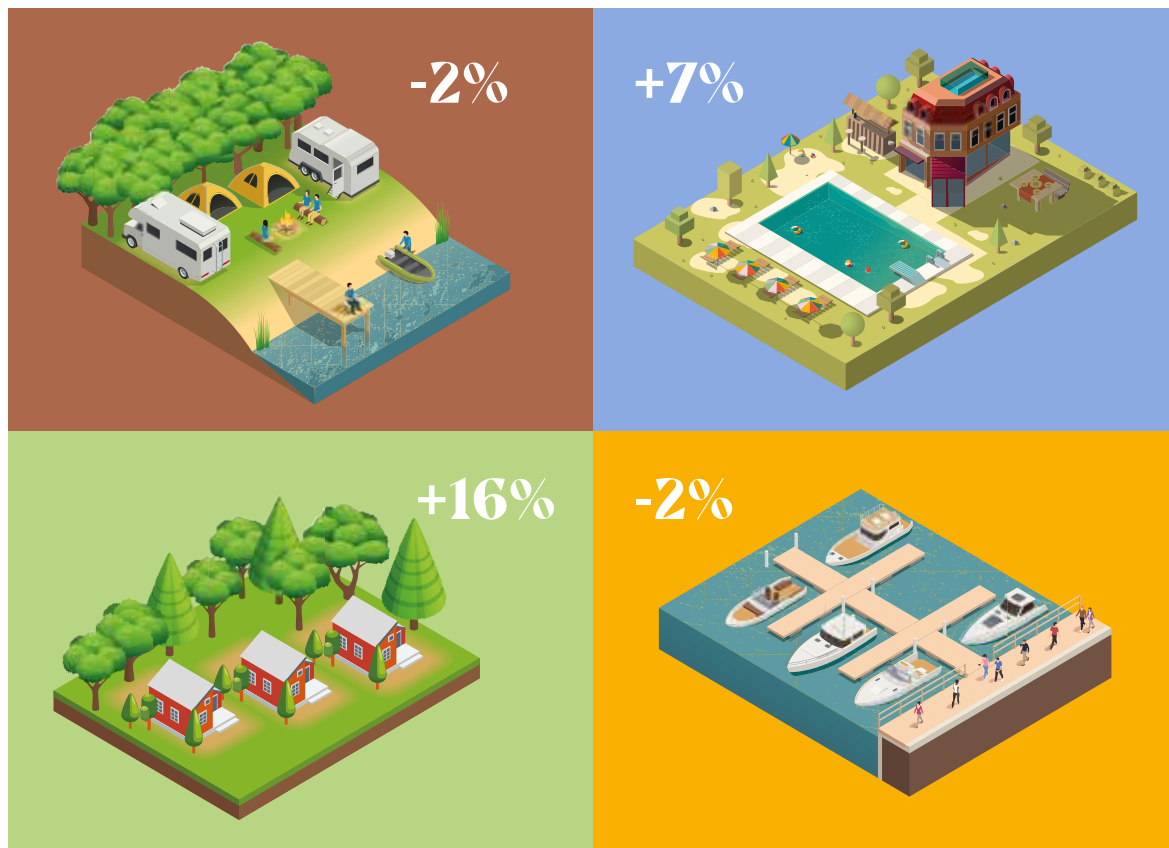
Sætte Himmerland endnu mere på landkortet, skabe værdi for vores samarbejdspartnere og fundraise til flere udviklingstiltag.

Overnatninger i Himmerland

Overnatningstal fordelt på type (jan.-okt.)

	2019	2022	2023	Ændring i % fra 2019-2023
Camping	228.767	257.224	223.482	-2%
Hotel og feriecentre	283.443	298.104	302.569	7%
Feriehuse	259.350	309.883	299.960	16%
Lystbådehavne og øvrige	26.566	29.236	25.987	-2%
Total	798.126	894.447	851.998	7%

Himmerland følger den nationale vækst i overnatningstal, men især overnatninger i feriehuse vinder markedsandele. Siden 2019 er feriehuseovernatninger vækstet med 11% på landsplan og i Himmerland vækstet med 16%.



Flere hollandske gæster hos Mariager Camping

CASE

Vi har i år haft en stigning på ca. 13% hollandske gæster i 2023 ift 2022.

Sommeren har i øvrigt været perfekt i forhold til, hvad vi oplever, at de hollandske gæster søger. De vil gerne ud og opleve noget, og mange af dem kører ikke efter varme, så de høje temperaturer sydpå har været med til at flere har søgt mod Skandinavien. Vi har en fornemmelse af, at hollænderne er begejstret for området.

Gennem de sidste år har vi også samarbejdet med Destination Himmerland omkring markedsføring af camping i Holland - blandt andet med besøg af et TV-hold, vandreblogger og journalist.

Vi har også oplevet, at vi både har flere tyskere og belgiere, men som så mange andre har vi haft et fald i gæster fra Norge og Sverige.

En anden udvikling vi også har set i 2023 er, at vi har haft besøg af flere tagtelte.

Anni og Kenneth Jensen,
Mariager Camping



Overnatninger i 2023 fordelt på land (jan.-okt.)

					 ØVRIGE
	596.126	164.181	45.985	24.133	24.309
Udvikling fra 2019-2023	+6%	+28%	-29%	+37%	+3%

Markedsføring - 360 grader

I 2023 har vi virkelig haft tryk på markedsføringen af Himmerland, og vi har haft en bred palette af indsatser for at få flere turister til Himmerland. Vores indsats for at konvertere potentielle turister til egentlige gæster i Himmerland har bestået af både trykte medier, annoncering, men i særdeleshed digitale indsatser.

De trykte medier har omfattet Magasinet "Ferie i Himmerland", Himmerlandskortet og bykort. Annonceringen har været i aviser og tillæg, magasiner og turistpublikationer.

Vores website er et vigtigt parameter i markedsføringen, da den er grundlag for alle kampagner, da det er her de interesserede ledes hen for at finde mere inspiration og

udforske områdets mange muligheder. Vi henviser til websitet ved al annoncering - både offline og online - fx på Google, Meta og vores always on-kampagne.

Digitale indsatser

Vi anvender Google i markedsføringen - både Google Adwords kampagner og Ads. Fx med henvisning til læsning af magasinet online. Vi har anvendt Google i 2023, men kommer til at gøre endnu mere i 2024 - hvor vi også skal annoncere mere på YouTube.

Vores always on-kampagne har i 2023 været en banner-kampagne målrettet vores målgrupper og som er tilpasset til relevante temaer og ferier hen over året. Kampagnen har opnået rigtig god synlighed og skabt stor

brand awareness. Dette er en del af vores branding-indsatser, hvor vi ønsker at endnu flere skal opdage Himmerland.

Meta er en vigtig kanal i vores digitale strategi. SoMe skal være med til at sprede budskabet om Himmerland - både organisk og ved betalt annoncering direkte til målgrupperne. Gennem forskellige temaer viser vi hvad Himmerland kan. Vi ønsker at vise det bedste af Himmerland inden for specifikke temaer som fx familieferie, vandring, parferie, feriehus-ferie, kulturarv, camping osv.

Vi har i 2023 også samarbejdet med influencere, bloggere og journalister - både på det danske og udenlandske marked og selvføl-

gelig i samarbejde med vores partnere. Det er en fantastisk måde at vise, hvad Himmerland kan, og samtidig rammer vi flere og nye potentielle gæster.

Brandet får et løft

Vi arbejder grundlæggende for at få sat Himmerland på kortet - endnu flere skal opdage Himmerland og ønske at komme hertil for at udforske. Vi har en destination, som kan noget helt særligt - det er dét, vi ønsker at formidle. Som et led i markedsføringen og branding af Himmerland har vi i 2023 arbejdet på at forfine vores brand - det er både i ord, grafik, farver og formidling. Det arbejde glæder vi os til at rulle ud og implementere i 2024.

*Når website-brugere fravælger eller ikke tager stilling til cookies, medfører det, at vi kan ikke opsamle data på dem, og derfor får vi ikke en retvisende statistik. Ca. 40% af brugerne interagerer med vores cookies.

Website
224.391
website besøg*
434.350 sidevisninger

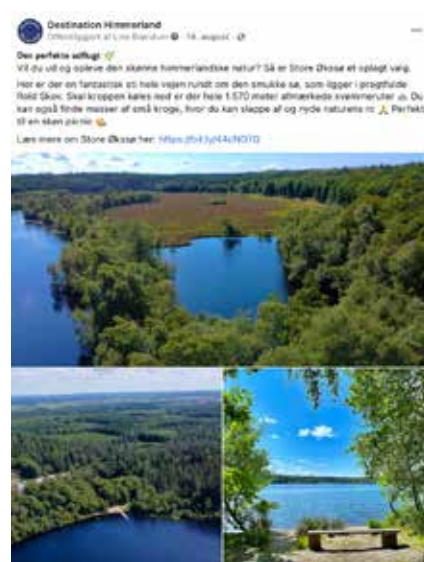
Always on-kampagne i Danmark
1.459.294
visninger
7.290 timer "in screen"

Annoncering i Danmark
39 større annoncer og kampagner
On- og offline eksponering

Infoskærme
6.641
interaktioner



destinationhimmerland Da nordlyset fandt vej til Himmerland 🌌... mere



Sociale medier

Sociale medier 2023

2023 har været et spændende år for vores sociale medier. Vi har testet nye trends og metoder for fortsat at kunne levere effektiv markedsføring på vores sociale medier.

Vi har arbejdet effektivt med reels på Instagram og det har skabt god interaktion fra følgerne og tydeliggør effekten af levende indhold.

På Facebook har tematiserede opslag med fokus på fx vandreruter, unikke naturoplevelser eller kulturoplevelser vist både gode interaktioner og rækkevidde. Vi har også lavet gode konkurrence-samarbejder med flere partnere, eksempelvis Hotel Ameri-

ka og Landal, som har resulteret i en stor rækkevidde for enkelte opslag.

Influencer-samarbejde

Vi har i 2023 haft flere spændende samarbejder med influencers - fx Michelle Kristensen. Hun er oprindeligt fra Aars i Himmerland og havde i forvejen en stor kærlighed for den himmerlandske natur og har 128.000 følgere på Instagram.

Som en del af samarbejdet kunne følgerne vinde et ophold i Fjordboblere på Mariager Camping, som hun besøgte. Dette resulterede i ca. 3.500 ekstra følgere på vores Instagram-profil.

Opslagene på Michelles egen profil har opnået henholdsvis ca. 210.000, 120.000 og 70.000 eksponeringer i kampagneperioden. Det ser vi som yderst tilfredsstillende og en sjov og spændende måde at nå ud til nye potentielle Himmerlands-gæster.

Vi havde også et samarbejde med Carina fra Instagram-profilen "Drømmesteder", som var på besøg to gange. Først besøgte hun Himmerlands Østkyst og anden gang besøgte hun, sammen med outdoorprofilen Nina Kusk, Himmerlands Vestkyst. Dette samarbejde havde fokus på niche målgrupper; naturoplevelser, friluftsmennesker og vandrere.

Vi oplevede en positiv respons på begge samarbejder og opnåede nye følgere.

2024

2023 har været et lærerigt år og meget tager vi med videre. Vi vil fortsat fokusere på værdifuldt organisk indhold i form af både billeder og video, effektive betalte kampagner, influencersamarbejder mm. I sammenhæng til ovenstående vil vi også have et stort fokus på at opdatere vores billede- og videodatabase, som kan styrke vores indhold på tværs af platforme. Vores indsatser indenfor markedsføring har et overordnet mål; nemlig at lokke endnu flere turister til skønne Himmerland.

**Udviklingen fra 2022 til 2023.*

SoMe følgere

Instagram: 7.321 + 216% *
Facebook: 12.500 + 12% *

312 organiske opslag i alt

Organisk indhold Instagram

Stories: 1.005
Reels: 34

Facebook

22.900 + 252% *
interaktioner

34.506 klik på links

Instagram

155.800 + 113% *
rækkevidde

Unikke nåede personer



” Influencersamarbejde med Koppes Mølle

CASE

Det er virkelig fedt, at møde forskellige influencere i samarbejde med Destination Himmerland.

Denne sommer har mange valgt at besøge Koppes Mølle B&B. Hver gang har jeg været spændt på, hvilke gode spots, de ville finde.

Drømmesteder var forbi for anden gang med fokus på den gode stemning i naturen omkring Ådalshytterne.

Særligt sjovt var det, at få en ægte himmerlænding, Michelle Kristensen, på besøg i Det Grønne Orangeri.

Dertil ser jeg tilbage på hyggelige guidede ture og bålhygge med to hollandske influencere - Nordic Magazin og vandrebloggeren Wandelvrouw.

Karen Hald Asp, Koppes Mølle

I dag er en stor og historisk dag for Himmerland!

UNESCO har i dag optaget de fem danske ringborge på den prestigefyldte verdensarvsliste – heriblandt de to i Himmerland; Aggersborg ved Lægster og Fyrkat i Hobro 🥰🥰

Aggersborg og Fyrk... Se mere



International markedsføring

I 2023 har vi været stærkt til stede i både Holland, Tyskland og Norge. Gennem indsatser med VisitDenmark har vi formået at få rigtig fin synlighed og været repræsenteret i stærke kampagner. Det kan være omkostningstungt at markedsføre sig på de udenlandske markeder og derfor puljer vi vores midler med Destination Limfjorden på det hollandske marked. Sammen kan vi opnå en langt større rækkevidde. I 2024 bliver samarbejdet endnu større, da vi også går sammen om en stor kampagne i Tyskland.

Outdoor-kampagner i Holland

I Holland har vi gennemført både en stor outdoor-kampagne med en digital advertorial med et rigtig flot reach og mange interesserede læsere. Vi var også med i

campingkampagnen, der igen har sat fokus på camping i Danmark med rigtig flot effekt. Derudover har vi samarbejdet med flere bloggere, der har været på besøg i Himmerland. De har opdaget, udforsket og formidlet herom i fine artikler på forskellige blogs og indenfor forskellige temaer – fx vandring, naturoplevelser, camping, kulturarv og meget mere.

Presse- og influencerbesøg fra Tyskland

I Tyskland har vi haft fokus på presse og samarbejde med journalister og en influencer. Vi havde fx besøg af en rigtig dygtig influencer, der formidler ferie i norden til børnefamilier. Familien var på ferie i sommerferien i et skønt feriehus i Øster Hurup. Her ople-

vede de en masse af Himmerlands skønne familietilbud – ikke mindst den skønne kyst og den dejlige natur. Det blev formidlet rigtig fint i Tyskland og nåede bredt ud.

Stor kampagne i Norge

2023 blev også året, hvor vi gik med i en stor kampagne på det norske marked. Her var vi med i forårskampagnen, hvor vi havde en Meta kampagne og en advertorial i et af Norges største medier. Begge dele for at skabe awareness. Efterfølgende samarbejdede vi med Landal Rønbjerg om endnu en kampagne, der lå lige efter den individuelle. Kampagnen bestod af et influencersamarbejde og en advertorial. Igen for at skabe awareness og opnå kendskab til Himmerland.

Kampagne i Holland
3.803.244
eksponeringer
11.221 sidevisninger

META-kampagner i Norge
3.487.355
eksponeringer
821.029 rækkevidde

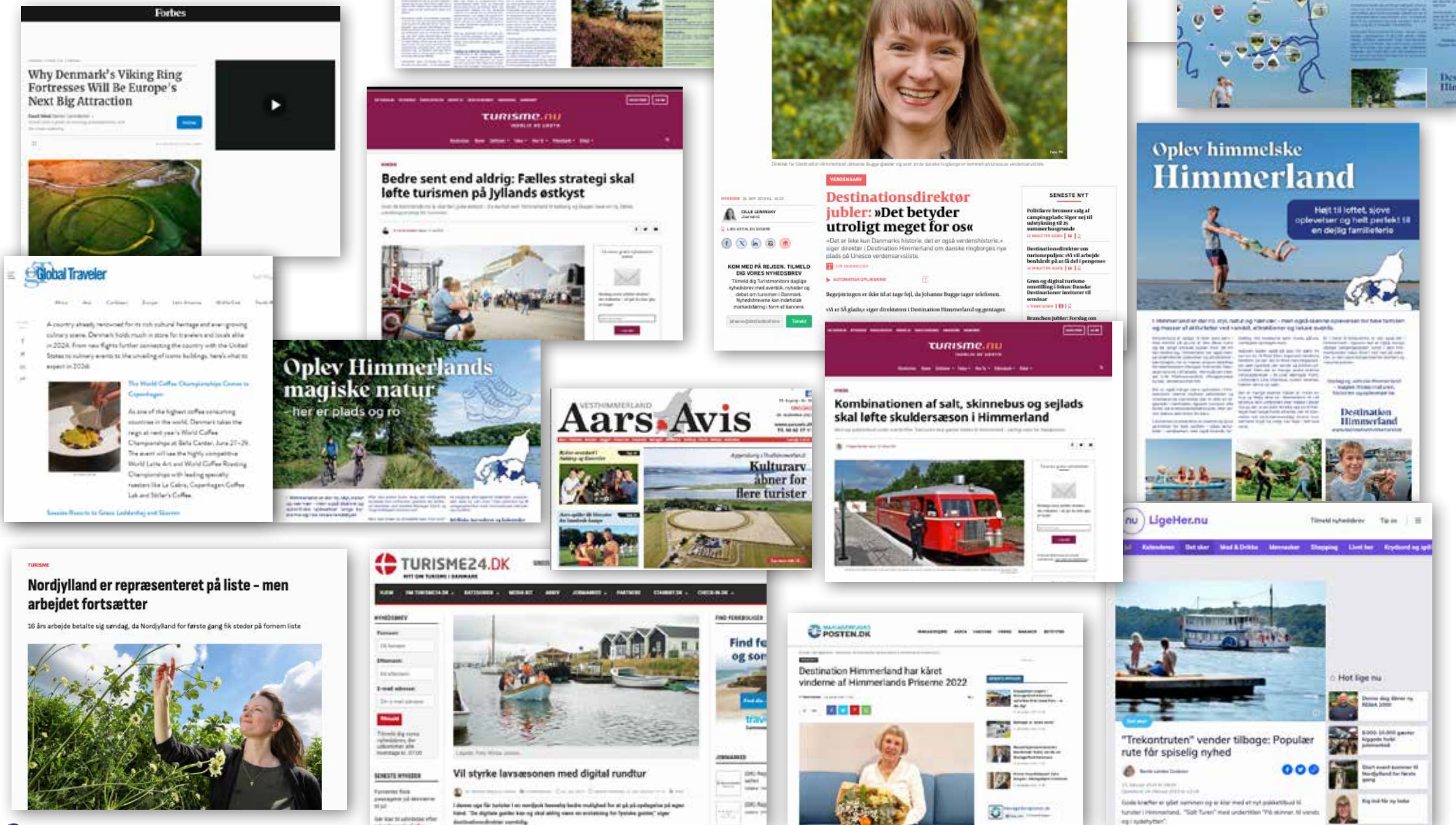
Presseindsats i Tyskland
395.500
læsere/eksponeringer
Bloggerbesøg med 32.000 følgere

Blogger- og influencerbesøg fra Holland
107.000
unikke bloglæsere
3-5 artikler + SoMe pr. besøg



Presseklip

I 2023 har der igen været meget omtale af destinationens aktører og oplevelser. Her er et udklip af nogle af årets omtaler.





Øget indsats for implementering

I 2023 har vi fortsat haft fokus på at få implementeret GoVisit hos turismeerhvervet. Det er et uundværligt system for kontakten mellem turismeerhvervet og turister, da arrangementskalendrene på Destination Himmerlands hjemmeside og infoskærme viser det, der indtastes i GoVisit. Endnu flere turismeaktører anvender app'en aktivt og endnu flere opdager events, da kalenderen løbende implementeres flere steder. Det sikrer en øget synlighed af erhvervets arrangementer i Himmerland overfor potentielle nye deltagere. GoVisit er også med til at få digitaliseret flere turismeaktører i destinationen, da GoVisit nemlig profilerer events og aktiviteter endnu bredere via flere kanaler med kun én arbejdsgang.

GoVisit rummer flere muligheder end kalender-funktionen. Der anvendes ved udgangen af 2023 52 funktioner fra GoVisit hos vores partnere - enten kalender, infoskærme, billetsystem eller web-app, hvilket understreger anvendeligheden og erhvervets ønske om digitalisering og at lette arbejdsgangene.

Vores partnere har i 2023 haft over 19.700 visninger af deres virksomheder og over 5.890 visninger af begivenheder. I alt har over 74.000 turister benyttet GoVisit i 2023.

I et strategisk samarbejde med Destination Nord og RebildPorten, har vi desuden investeret i brugerfladen.

Vi fortsætter samarbejdet

Vi kan med glæde fortælle, at vi fortsætter samarbejdet i 2024, da GoVisit er en uundværlig del i turismeerhvervets kontakt med turisterne. Kommunikation og markedsføring er ligeledes lettere, da GoVisit er synkroniseret med Destination Himmerlands hjemmeside og infoskærme. Det sikrer en større synlighed af turismeerhvervets virksomheder og særligt arrangementer.

GoVisit Tickets by Ticketbutler

GoVisit har implementeret et billetsystem, der snakker sammen med GoVisit og dermed bliver produkterne også synlige på Destination Himmerlands hjemmeside, på infoskærme, i app'en etc. Du kan også få vist dine salgsprodukter på din egen hjemmeside og i din egen GoVisit-kalender.

Vi har i 2023 løbende opfordret alle vores samarbejdspartnere til at bruge GoVisit Tickets. Integrationen mellem GoVisit Tickets og GoVisit mindsker desuden antal arbejdsgange ved oprettelse af salgsprodukter. I 2024 bliver GoVisit Tickets automatisk en del af partnerskabet og dermed gratis at bruge for alle partnere.

Limfjordsmuseet i Løgstør

Limfjordsmuseet anvender alle GoVisit-muligheder, som er en del af deres partnerskab. I 2023 blev GoVisit Tickets en integreret del af deres arbejde, og de oplever allerede nu fordelene ved kalender- og billetintegrationen.

uden nemt for os at returnere billetter, hvis et event bliver aflyst, eller nogle gæster ikke skal bruge deres billetter alligevel.



” På Limfjordsmuseet er vi meget glade for både GoVisit og GoVisit Tickets. GoVisit Tickets er meget intuitivt at bruge (som resten af GoVisits produkter), og det er derfor hurtigt og nemt at oprette en begivenhed og betalingen herfor. Det kan nemt tilpasses vores behov, og det har desuden været nemt at integrere det på vores hjemmeside.

Det er især en fordel, at det samarbejder med kalenderen, så vi i én arbejdsgang har oprettet eventen både til betaling og i vores kalender. Det er des-

Det har været vigtigt for os at finde en billetudbyder, hvor det også er let at bruge for vores gæster, og det mener vi bestemt, GoVisit lever op til.

Vi har desuden et rigtig godt samarbejde med Jesper, indeholder af GoVisit, som altid er klar på at udvikle eller finde løsninger ud fra vores input.

Louise Thiesgaard Sieker, Limfjordsmuseet



19.700

profilvisninger

5.890

eventvisninger

57.075

nye downloads
i 2023

74.264

aktive brugere



Vi inspirerer turisterne

Destination Himmerland ønsker at sikre et højt gæsteserviceniveau i vores destination både før, under og efter turistens besøg og understøtte et godt værtskab hos turisterhvervet over for områdets gæster.

I 2023 har Destination Himmerland sat strategisk fokus på behovet for, at vi i samarbejde med vores partnere i højere grad understøtter turistens behov for informationssøgning og inspiration, når de fysisk opholder sig i Himmerland. Vi har derfor søgt projektmidler til et 3-årigt projekt i samarbejde med VisitLolland-Falster i Turismepuljen hos Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse.

Gæsteservicen i dag

For øjeblikket sker den digitale gæsteservice med GoVisit-løsningen, herunder app, online kalender, Tickets mm. - samt via 17 infoskærme, der er placeret rundt omkring i destinationen og på www.destinationhimmerland.dk. Destination Himmerland har også to fysiske turistinformationer – et i Øster Hurup og et på Mariager Saltcenter som suppleres med blandt andet et magasin, kort, bykort mm.

Samtidigt tilbyder vi vores partnere at få oprettet lokale, digitale guidede ture via StoryHunt Himmerland, hvor turister kan anvende egne telefoner til at få information, når de er på tur rundt i Himmerland. Der er nu ruter i Løgstør, Mariager, Aars samt på Aggersborg, og flere er på vej.

Gæsteservicen i fremtiden

Behovet for gæsteservice over for turisterne har udviklet og ændret sig over

de sidste 20 år. De klassiske turistinformationer var velbesøgte før smartphones blev en almindelig del af turistens adfærd og informationssøgning. Turisterne søger i dag information lige der, hvor de bor, spiser eller besøger, så behovet for traditionel turistinformation har ændret sig. De bruger deres mobiltelefoner til informationssøgning, lokale kort og inspirationsmateriale. Ud fra data og analyser kan vi se, at der er potentiale for at nå mange flere gæster ved at forbedre vores gæsteservicekoncept til et mere moderne og professionelt set-up. Det kan gøres ved at få flere inspirationspunkter, fysisk og digitalt, og give turisterhvervet værktøjer til mersalg og værtskab.

Det er helt afgørende, at vi i Himmerland har den rette strategi for gæsteservice, så vi på den mest hensigtsmæssige, bæredygtige og intelligente måde kan byde vores turister velkommen til Himmerland i fremtiden. Vi skal imødekomme gæsternes efterspørgsel for at sikre den bedste oplevelse og for at få ledt flest mulige gæster rundt til så mange oplevelser som muligt.

I 2024 udarbejder vi en strategi for, hvordan gæsteservicen skal udvikles både fysisk og digitalt i de kommende år. Det handler om at gøre informationen let tilgængelig og møde turisten, der hvor de er. Det skal være nemt og overskueligt at finde inspiration til gode oplevelser i Himmerland - altså finde frem til det lokale turisterhverv, attraktioner og events. Med den rette gæsteservice vil vi opnå at den enkelte turist får endnu flere gode oplevelser og handler mere, hvilket bidrager til øget lokal omsætning (og dermed arbejdspladser).

Områdeansvarlige

Hos Destination Himmerland er der fire områdeansvarlige, som du her kan lære lidt bedre at kende.



Louise

Områdeansvarlig for Mariager Fjord & Destinationsudvikler og Content Creator

Navn og alder:

Louise Rosenkilde Larsen, 33 år.

Det elsker jeg mest ved Himmerland:

Kysterne, det bakkede landskab, fjordene og de mange muligheder, som Himmerland byder på.

Derfor brænder jeg for turismen i Himmerland:

Himmerland har et virkelig fint og autentisk produkt, hvor især naturen er i højsædet. Her gemmer sig mange fine perler og flere unikke oplevelser, som ikke findes lignende andre steder.

Det vidste du ikke om mig:

Jeg bruger altid naturen til at koble af og finde ro.

Tre ting, jeg vil have fokus på i 2024:

Formidle den himmerlandske fortælling, skabe sparring med og mellem samarbejdspartnere og styrke Himmerland som turistdestination.



Line

Områdeansvarlig for Sydvest og Rebild & PR- og kommunikationsansvarlig

Navn og alder:

Line Gejl Paulsen, 31 år

Det elsker jeg mest ved Himmerland:

Naturen, som indbyder til dejlige oplevelser, og at her er så mange, der brænder for deres virksomhed og område.

Derfor brænder jeg for turismen i Himmerland:

For at hjælpe og understøtte områdets aktører med at nå ud til flere gæster.

Det vidste du ikke om mig:

Jeg er vild med mountainbike. En cykeltur eller en hyggestund med min søn og mand er for mig den bedste måde at koble af.

Tre ting, jeg vil have fokus på i 2023:

Jeg vil bygge et godt forhold til mine partnere som områdeansvarlig, og så vil jeg have tid til menneskene omkring mig og fortsætte med at møde alle med et smil.



Tina

Områdeansvarlig for Sydvest & Projektleder

Navn og alder:

Tina Bjerre, 47 år

Det elsker jeg mest ved Himmerland:

At jeg har hjemme her - på 4. generation. Menneskene, fællesskabet og vilje til at ville. Heden, fjorden og skoven.

Derfor brænder jeg for turismen i Himmerland:

Fordi det er mit land. Jeg ønsker mig i alle henseender at bidrage til de bedste muligheder for vores lokale, tilflyttere og turister.

Det vidste du ikke om mig:

Outdoor og bevægelse er vigtigt i min dagligdag, hvor jeg desuden er instruktør på både styrkehold og rospining, kører MTB, vandrer mm.

Tre ting, jeg vil have fokus på i 2024:

Opsøge og bidrage til at vores turisme erhverv får hjælp til deres grønne tiltag, inspirere med billeder af vores natur og min aktive hverdag, og se alt det bedste i andre mennesker.



Mette

Områdeansvarlig for Himmerlands Østkyst & Marketingkoordinator

Navn og alder:

Mette Søgaard Ebbesen, 37 år

Det elsker jeg mest ved Himmerland:

Den dejlige natur og kysterne, de imødekommende folk og nærværet.

Derfor brænder jeg for turismen i Himmerland:

Her får jeg mulighed for at dele min passion for skønne Himmerland og fremhæve kulturen og unikke oplevelser. Det er fedt at arbejde med turismen og sammen stræbe efter fornyelse og et kendt Himmerland og samtidig udvikle det gode samarbejde med erhverv og foreninger.

Det vidste du ikke om mig:

Jeg lader op, når jeg holder fri med familien, hygger i sommerhuset og bruger kroppen på håndboldbanen.

Tre ting, jeg vil have fokus på i 2024:

At være en god kollega, nærværende og hjælpende for vores partnere og sætte Himmerland på verdenskortet.

Områdeansvarlige



En del af Himmerlandsholdet



Line

Digital
marketingansvarlig

Navn og alder:

Line Brøndum, 33 år

Det elsker jeg mest ved Himmerland:

Roen, den smukke natur og de mange lokale, skjulte perler.

Derfor brænder jeg for turismen i Himmerland:

Jeg er selv opvokset i Himmerland, og ser et kæmpe potentiale i at få flere besøgende til området og opleve, hvor fantastisk her er.

Det vidste du ikke om mig:

Jeg har altid elsket at spille fodbold. I ny og næ forsøger jeg at brilliere på det lokale "mor-hold" - trods en væsentlig dårligere kondition end for 10 år siden!

Tre ting, jeg vil have fokus på i 2024:

At implementere vores nye brandstrategi, skabe spændende indhold til sociale medier samt masser af oplevelser og kvalitetstid med min familie og veninder.



Martin

Digitaliserings-
ansvarlig

Navn og alder:

Martin Buch Stengaard, 36 år

Det elsker jeg mest ved Himmerland:

De charmerende, gamle, traditionsbundne byer, der alle gemmer på mange historier.

Derfor brænder jeg for turismen i Himmerland:

For at sikre den digitale turist får den rette information på det helt rigtige tidspunkt - så turisten får den bedste ferie i skønne Himmerland.

Det vidste du ikke om mig:

Min hustru og jeg har - på tredje år - gang i et stort renoveringsprojekt af vores hus, hvor vi agerer tømrer, murer, maler og meget andet sjovt.

Tre ting, jeg vil have fokus på i 2024:

Videreudvikling af vores digitale platforme, arbejde målrettet med KPI'er, og hvordan VisitData skaber værdi for os og erhvervet.



Mathias

Marketing- og
analyseassistent

Navn og alder:

Mathias Holmsgaard Toft, 21 år

Det elsker jeg mest ved Himmerland:

Den hyggelige stemning og den alsidige og uspolerede natur.

Derfor brænder jeg for turismen i Himmerland:

Fordi jeg ser et potentiale, som jeg tror på, at jeg, med mine evner og gå-på-mod, kan være med til at udvikle ved Destination Himmerland

Det vidste du ikke om mig:

Jeg er certificeret dronepilot - så ser du en drone suse gennem landskabet i Himmerland, så er det måske mig, der er på tur.

Tre ting, jeg vil have fokus på i 2024:

Færdiggøre min bachelor, fotografere skønne Himmerland og gøre os klogere på turisten gennem data.



Projektleder, Maria L.
Flamsholt er på barsel.



May Jønsson er
studentermødjhjælper.



Next Step Himmerland

Next Step Himmerland er et grønt omstillingsprojekt med Miljømærkning Danmark som partner. Målet er at fremtidssikre turismen samt sikre den grønne omstilling og bæredygtighed inden for turismen i Himmerland.

De grønne løsninger og bæredygtighed bliver i stigende grad efterspurgt af turister. Med deltagelse i projektet, kan I, som virksomhed, være på forkant med den øgede efterspørgsel på bæredygtige turismeprodukter fremadrettet.

Bliv grønnere med forløb i Next Step Himmerland

I 2023 oplevede vi stor interesse fra vores turismeerhverv for støtte til mange spændende virksomhedsforløb. Gennem Next Step Himmerland er der nu givet støtte til 25 forløb. Særligt tre typer af forløb har været efterspurgt og igangsat:

- 12 screeninger med Miljømærkning Danmark
- 7 energiforløb, særligt med fokus på grønne potentialeplaner.
- 6 kommunikationsforløb om de grønne miljømæssige tiltag i virksomheden.

Er der et eller flere områder, hvor I kunne bruge ekstern hjælp eller sparring for at implementere bæredygtige tiltag? Eller oplever I udfordringer i forbindelse med den grønne omstilling og bæredygtige aktiviteter?

Projektet afsluttes i 2024, og der er kun 15 forløb tilbage. Heraf er 5 allerede forhånds aftalt. Hvis I ønsker et af de sidste forløb, så tag fat i projektleder Tina Bjerre og få en snak om jeres muligheder.

Du kan deltage i projektet på flere måder:

- | | | |
|-----------------|---------------|----------------------------------|
| • Netværksmøder | • Green Talks | • Skræddersyet virksomhedsforløb |
|-----------------|---------------|----------------------------------|

Mulige fokusområder til et forløb:

- | | | |
|---------------------|-----------------|-------------------|
| • Energioptimering | • Grønne indkøb | • Vandbesparelser |
| • Certificering | • Transport | • Up-cycling |
| • Affaldshåndtering | • Mad & drikke | • Kommunikation |
| • Digitalisering | • Emballage | • Ombygning |



” Besøg af energikonsulent hos Myrhøj Camping

CASE

Vi har længe ønsket at påbegynde vores grønne rejse, men hvor skulle vi starte? Heldigvis kom vi i kontakt med Maria fra Destination Himmerland, der via Next Step Himmerland gjorde det muligt for os at igangsætte et energioptimeringsforløb.

on Himmerland for professionel hjælp og støtte på din bæredygtige rejse.

Niels Kristian Veggerby, Myrhøj Camping og Løgstør Camping.

En dedikeret energikonsulent gennemgik vores campingplads og udgifter med os, hvilket gjorde det lettere at identificere de rette skridt. Den efterfølgende databaserede analyse og anbefaling giver os nu både tal og fakta, når vi søger finansiering. Vi kan varmt anbefale at kontakte Destinati-



Next Step Himmerland er støttet af Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse.

nextSTEP
Himmerland



Danmarks
Erhvervsfremmebestyrelse

Strategiske projekter

I år har vi taget hul på flere store projekter, som får stor betydning for turismen i Himmerland fremadrettet. Projekter, som skaber udvikling, men som også sikrer, at vi fortsat lever op til den efterspørgsel, der er på markedet.

Next Step Himmerland

Projektet Next Step Himmerland kan du læse mere om på side 16.

Tilbage til Fremtiden

Gæste- og turistservice har ændret sig gennem årene, og behovet hos turisten er ligeledes ændret. Derfor er det vigtigt, at vi i Himmerland har den rette strategi for gæsteservice, så vi fremadrettet bedst muligt og klogest byder vores turister velkommen til Himmerland. Derfor har vi startet projektet "Tilbage til Fremtiden", som skal omdefinere og forbedre tilgan-

gen til produktudvikling og gæsteservice i Himmerland for at øge konkurrenceevnen og sikre en bæredygtig gæsteservice.

Målet er at øge gæstetilfredsheden, den lokale turismeomsætning og skabe arbejdspladser. Projektet sigter også mod at øge antallet af overnatninger, især i lavsæsonen, og forbedre den generelle turismeomsætning.

Projektet er støttet af Danmarks Erhvervsfremmestyrelse.

VisitData

Data spiller en afgørende rolle i turismen ved at give virksomheder og destinationer indsigt i turisternes adfærd og forbrugsmønstre - og det har vi også brug for her i Himmerland.

VisitData skal gøre det nemmere for dan-

 Danmarks
Erhvervsfremmestyrelse



 DANSK
KYST & NATUR
TURISME

ske turismevirksomheder og destinationer at få adgang til relevant data. Platformen integrerer nationale datakilder og præsenterer dataet i digitale dashboards, som giver indsigt i markedsadfærd. VisitData er målrettet både virksomheder og destinationer, inklusiv overnatnings- og kulturaktører.

Udviklingsprojekt for Jyllands Østkyst

Jyllands Østkyst får en fælles turismeudviklingsplan som grundlag for et markant og samlet løft af turismen. Det sker i et samarbejde mellem de tre destinationselskaber Himmerland, VisitAarhus og NORD samt Dansk Kyst- og Naturturisme og Realdania.

Konkret bliver der udarbejdet en samlet strategi, vision og principper, som udmøn-

ter sig i udviklingsplaner for henholdsvis Nord/Himmerland og Aarhusregionen i 2024. Herefter bliver der udarbejdet seks strategisk-fysiske udviklingsplaner på lokalt niveau. Arbejdet med udviklingsplanen forventes at foregå fra 2023 til 2026.

Projektet er støttet af Danmarks Erhvervsfremmestyrelse.

UNESCO-udnævnelsen

Destination Himmerland arbejder målrettet på at støtte erhvervet og lokalsamfundene for optimalt at kunne realisere det fulde potentiale, der følger med udnævnelsen Aggersborg og Fyrkat som UNESCOs verdensarv.

Dette indebærer, at Destination Himmerland aktivt deltager i forskellige arbejdsgrupper, herunder samarbejde med museer og kommuner.



Samarbejder, der styrker turismen

“At holde sammen og have et strategisk udsyn er meget afgørende for at kunne stå stærkt i et konkurrencepræget marked. Gode samarbejdspartnere er derfor yderst vigtige for Destination Himmerland. Vi samarbejder med en bred vifte af både turismeaktører, turismeorganisationer, ejerkommuner, uddannelsesinstitutioner og andre relevante samarbejdspartnere.

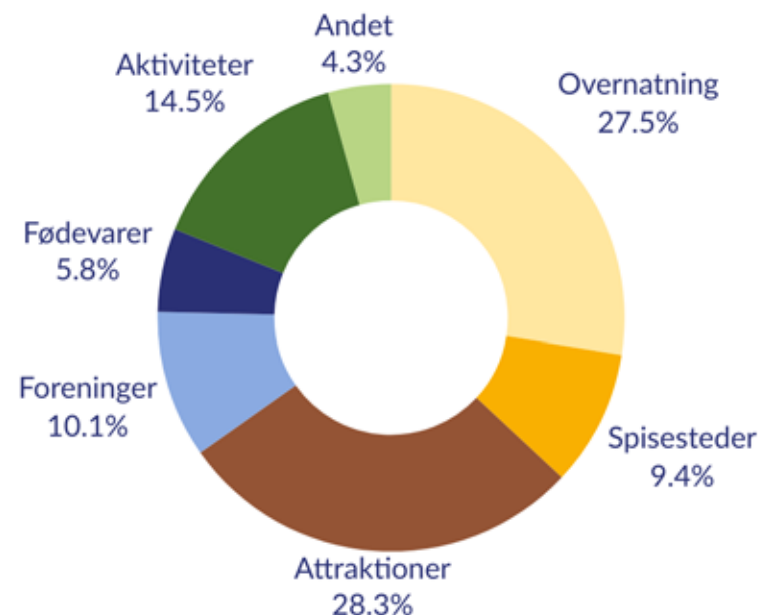
En af vores vigtige samarbejdspartnere er bl.a. brancheorganisationen Danske Destinationer. Danske Destinationer er med til at understøtte tværgående vidensdeling og sikre erfaringsudveksling og ikke mindst være et vigtigt talerør for destinationsselskaberne på nationalt niveau. Det er vigtigt at stå sammen på tværs som destinations-selskab - fordi vi løfter hinanden.

Dertil kommer der en masse forskellige samarbejder og arbejdsgrupper i forbindelse med fx UNESCO, udviklingsprojektet Hærvejen, Naturnætter, Østkystsamarbejdet, StoryHunt Himmerland, byudviklingsgrupper og mange flere. Alle disse samarbejder bidrager til den spændende udvikling, som vi kommer til at se de kommende år i Himmerland.

Vi ser derfor allerede nu frem til alle de spændende muligheder for samarbejder, som 2024 byder på”.

*Johanne Bugge,
Destinationsdirektør*

Partnere fordelt på branche



Strategiske samarbejdspartnere

- Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse
- Dansk Kyst- og Naturturisme
- Danske Destinationer
- Alle destinationer, men især: Nord, Aarhus, Limfjorden, Sjælland, Lolland-Falster, Odense og RebildPorten
- Uddannelsesinstitutioner som: Aalborg Universitet, University College Nordjylland, Himmerlands Erhvervs- og Gymnasieuddannelser, LOF Mariagerfjord
- Miljømærkning Danmark
- Mariagerfjord og Vesthimmerlands Kommuner og erhvervs-kontorer





Du kan blive partner hos Destination Himmerland

Der er mange spændende fordele ved at være partner i Destination Himmerland. Vi håber, du vil læse vores partnerskabsprogram og blive en del af fællesskabet hos Destination Himmerland.

Sammen styrker vi turismen på tværs af hele Himmerland!

Læs mere om mulighederne i Partnerskabsprogrammet på:

www.visithimmerland.dk
- eller scan QR-koden



GoVisit

- Opnå mere synlighed
- Kommuniker med dine gæster
- Begivenheder kommer automatisk i GoVisit-app'en, på infoskærme og på vores hjemmeside
- GoVisit-Tickets - let og enkel billetsalg
- Skræddersyede løsninger til din virksomhed - infoskærme, digitale gæstebøger, webkalender mm.

Markedsføring

- Effektive markedsføringsindsatser på flere markeder og til relevante målgrupper
- Målrettet branding af Himmerland
- Presseaktiviteter og kampagner i Holland, Tyskland og Norge
- SoMe-kampagner, hvor du kan købe dig ind

Netværk

Mød andre turismeaktører i destinationen, få skabt forretningsforbindelser og få delt viden og erfaringer. Det giver sammenhold og masser af inspiration til egen virksomhed. Vi spiller os gode - sammen og hver for sig.

Derfor fortsætter vi med at arrangere netværksmøder i 2024.

Gæsteservice

Som partner hos Destination Himmerland arbejder vi for at du altid er bedst klædt på til at yde gæsteservice med blandt andet foldere, magasiner og lignende. Vi arbejder også for kompetenceløft af erhvervet blandt andet gennem vores gæsteserviceprojekt, som er støttet af Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse.



Turismeakademi

Igen i 2024 afholder vi vores Turismeakademi.

Undervisningen er primært af fagpersoner for at sikre praksisviden, du vil kunne bruge i din virksomhed. Der vil blandt andet være undervisning i GoVisit, kom tæt på Tv2Nords lokalredaktion, ClubNord, Sociale Medier, AI og andre spændende forløb.