

Året, der gik

Årsrapport 2024

Destination Himmerland

Destination Himmerlands Årsrapport 2024 giver et indblik i resultater og aktiviteter, der har været med til at fremme turismen i Himmerland.

Du får et indblik i overnatningstal, initiativer og samarbejder, der styrker regionens brand som en attraktiv destination.

Du er altid velkommen til at kontakte os med idéer til tiltag, og hvis der er noget, du er interesseret i at få uddybet.



Indhold

TAK FOR ÅRET, DER ER GÅET	3
OVERNATNINGER I HIMMERLAND	4
MARKEDSFØRING - 360 GRADER	5
SOCIALE MEDIER	6
INTERNATIONAL MARKEDSFØRING	7
PRESSEKLIP	8
TÆT PÅ TURISTERNE	9
82 INFO SPOTS I HIMMERLAND	10
DEN DIGITALE TURIST	11
NEXT STEP HIMMERLAND	12
SAMARBEJDER, DER STYRKER TURISMEN	13
STRATEGISKE PROJEKTER	15
PROJEKTER 2025	16
HIMMERLANDSHOLDET	16
DU KAN BLIVE PARTNER & PRAKTISK INFO	17

Info

Destination Himmerland

Gl. Roldvej 14, 9600 Aars
Tlf. 7027 1377
info@destinationhimmerland.dk
www.visithimmerland.dk

Layout og tekst:

Destination Himmerland

Statistik:

Danmarks Statistik, Wilke og egne oplysninger
fra fx Google Analytics og META

Billeder:

Destination Himmerland, Andreas Houmann,
Hanna_Hrynkevich, Vesthimmerlands Kommu-
ne, Daniel Villadsen



Tak for året, der er gået

2024 har været et år præget af sammenhold og vilje i Himmerland, s turisme, og hos Destination Himmerland er vi stolte af at dele alle fremskridtene.

Vi har oplevet en fantastisk opbakning fra vores partnere og lokalsamfund, især i arbejdet med at implementere det nye gæsteservicekoncept. Det er gennem fællesskab og samarbejde, at vi har formået at løfte konceptet og sikre en sammenhængende og imødekomende gæsteservice i hele Himmerland. Denne fælles indsats har vist, hvad vi kan opnå sammen, og vi er spændte på at bygge videre på dette fundament i 2025. I 2025 vil et fokuspunkt være samarbejder om nye produkter, så vi sammen kan skabe de bedste oplevelser for turisterne.

I 2024 har vi igen arbejdet målrettet for at styrke vores markedsposition gennem branding og synlighed. Som led i vores strategiske indsats har vi skiftet navn på markedet til VisitHimmerland og implementeret en ny visuel identitet for at stå stærkt både nationalt og internationalt.

Du kan få et indblik i vores nye identitet på side 7. Som destinationselskab hedder vi stadig Destination Himmerland. I 2025 vil vi fortsat arbejde dedikeret for at brande Himmerland og tiltrække flere besøgende.

Bæredygtighed er på alles læber i dansk turisme, og i Himmerland har vi været frontrunner med bæredygtighedsprojektet Next Step Himmerland. Projektet, der var støttet af Danmarks Erhvervsfremmestyrelse, blev afsluttet med fine resultater i 2024. Gennem vores projekt har vi set flere virksomheder tage aktivt del i den grønne omstilling. Det er inspirerende at opleve, hvordan vores partnere omfavner nye initiativer, der både skaber værdi for miljøet og for turismen. I 2025 fortsætter vi arbejdet med at deltage i et stort nationalt projekt.

I 2024 har vi for anden gang uddelt Himmerlandspriserne, hvor vi fejrede Årets Ildsæl og Årets Turismeindsats. Denne tradition fortsætter i 2025, hvor vi igen vil anerkende de personer og virksom-

heder, der har ydet en ekstraordinær indsats for turismen i Himmerland.

Det stærke fællesskab omkring turismen i Himmerland har endnu engang været kerne i vores fælles succes, og det er den ånd, der vil drive os fremad i 2025.

Vi ser frem til endnu et år fyldt med spændende projekter, branding- og markedsføringsaktiviteter, turismeakademi og netværksmøder. Sammen med jer, vores partnere og samarbejdspartnere vil vi fortsætte med at udvikle turismen og skabe unikke oplevelser i Himmerland.

Tak for jeres støtte i 2024. Lad os sammen skabe et fantastisk 2025.

De bedste hilsener

*Destinationsdirektør
Johanne Bugge*



Johanne Bugge
Destinationsdirektør





E-mail:
johanne@destinationhimmerland.dk

Telefon: 71921468

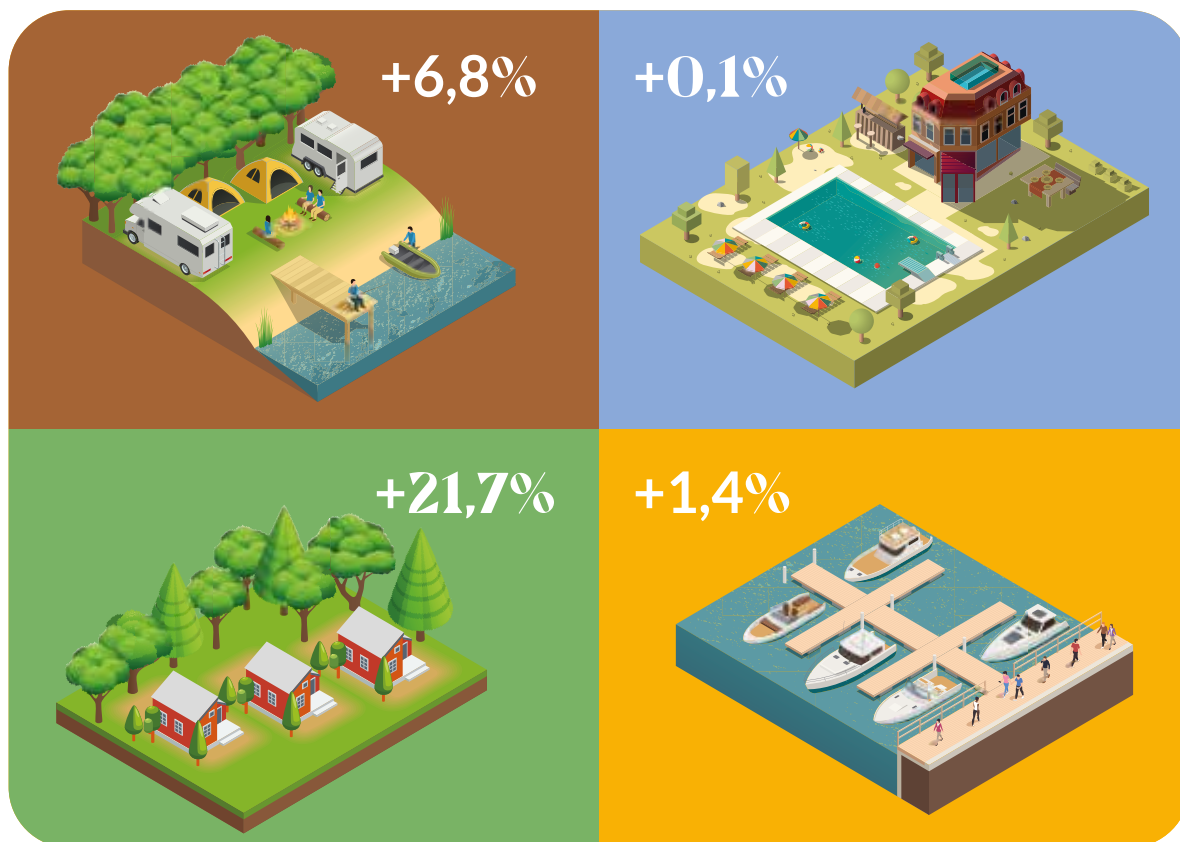


Overnatninger i Himmerland

Overnatningstal fordelt på type (jan.-okt.)

	2019	2023	2024	Ændring i % fra 2019-2024
 Camping og vandrerhjem	237.599	236.729	253.844	6,8%
 Hotel og feriecentre	283.464	303.168	283.768	0,1%
 Feriehuse	259.350	301.406	315.535	21,7%
 Lystbådehavne	28.766	26.464	29.157	1,4%
Total	809.179	867.767	882.304	9,0%

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 21,7%.



”

Fremgang hos Ertebølle Strand Camping








Vi har haft en rimelig god sæson med fremgang, især på restaurant-området. Vi fornemmer, at gæster fra især Holland søger nordpå på grund af de stigende temperaturer i Spanien og Italien – noget, vi i Danmark nyder godt af. Alt i alt er vi tilfredse med sæsonen, selvom den kommer efter nogle særligt gode år under coronakrisen.

Selvom alle i dag går rundt med en mobiltelefon, har gæsterne taget godt imod papirkort og information fra de nye Info Spots.

Ingrid og Lars Brandt, Ertebølle Strand Camping

Overnatninger i 2024 fordelt på land (jan.-okt.)

				
617.040	178.353	38.006	25.421	23.484
+7,6%	+38%	-41,6%	+43,7%	-1,9%

Udvikling fra 2019-2024

Markedsføring - 360 grader

I 2024 har vi haft en bred palette af initiativer for at tiltrække flere turister til Himmerland. Vores indsats har omfattet både trykte medier og annoncering, men især digitale initiativer. Vi annoncerer i diverse trykte medier for at ramme et specifikt segment.

Vores markedsføring er målrettet natur elskereren og de aktive - herunder de voksne, der rejser uden børn, samt børnefamilier. Derudover har vi flere special interest segmenter; vandring, lystfiskeri, camping, golf etc.

Digitale indsatser

Vores website er en vigtig faktor i markedsføringen, da det danner grundlaget for alle vores kampagner. Det er her, de interesserede bliver ledt hen for at finde mere inspiration og udforske områdets mange muligheder. Vi annoncerer blandt andet via:

- Google Adwords kampagner og Ads
- Digital annoncering på top 100-sider
- META

International Markedsføring

I 2024 har vi været til stede i både Holland, Tyskland, Sverige og Norge. Gennem Visit-Denmark har vi opnået rigtig god synlighed og været repræsenteret i stærke kampagner med forskellige temaer som vandring, camping, golf, lystfiskeri, feriehus m.fl.

Vi har også haft besøg af pressen fra Norge, Tyskland og Holland, hvor vi igen har oplevet stor opbakning fra vores partnere til at skabe skønne oplevelser for pressebesøgene - og det er vi meget taknemmelige for.

Sociale medier 2024

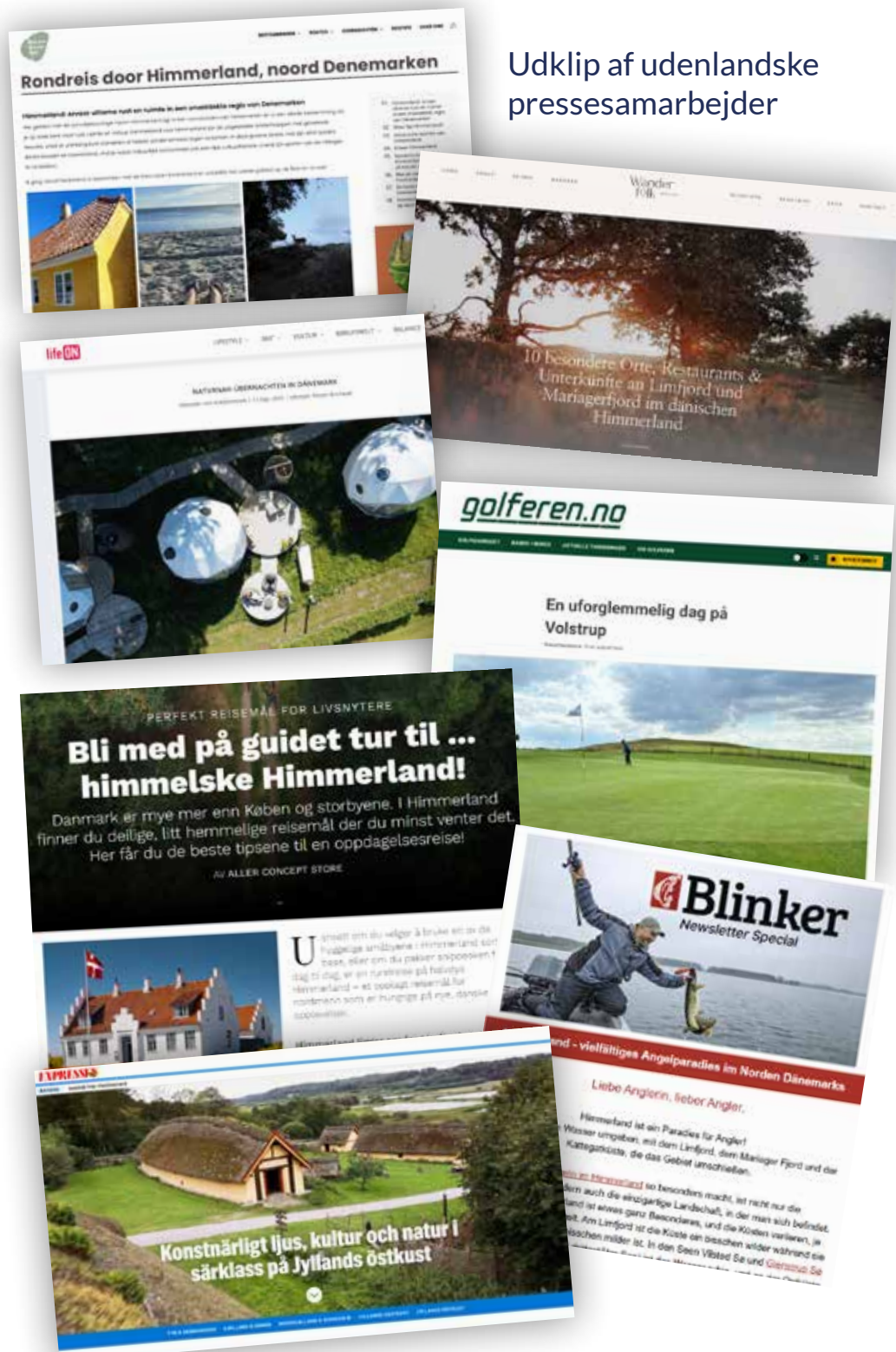
2024 har været et spændende år for vores sociale medier. Vi har fortsat vores kreative arbejde med effektiv markedsføring gennem sociale medier, herunder reels og tematiserede opslag om blandt andet vandring, naturoplevelser og kulturoplevelser.

Vores opslag og reels tager udgangspunkt i vores kernefortælling, hvor vi ofte bruger ord som "Opdag", "Udforsk" og "Oplev". Vi bestræber os på at vække følelser, skabe inspiration og give modtageren lyst til at besøge området. I vores fortællinger fremhæver vi de mange oplevelser, der venter i Himmerland, samtidig med at vi deler viden via "Vidste du at..." opslag.

Igen i år har vi med stor succes gennemført konkurrencesamarbejder, blandt andet med Nordjyske Museer, Koppes Mølle B&B, Hotel Bramslevgaard, Mariager Camping, Landal Rønbjerg og Aars Handelsstandsforening m.fl.

Vi har også arbejdet effektivt med reels på Instagram, hvilket har skabt god interaktion fra følgerne og tydeliggjort effekten af levende indhold.

Endelig har vi fortsat samarbejdet med influencers og bloggere. Vi har oplevet stor begejstring blandt de besøgende influencers og stor opbakning fra vores partnere til at tage imod influencerne og bloggere - tusind tak for det!



Udklip af udenlandske pressesamarbejder

GoVisit
58.286
kalender visninger

21.405 profilvisninger
55.175 event visninger

Kampagne i Tyskland
Pinterest kampagne
8.364.365
impressions

Kampagner i Norge
Meta kampagne:
2,3 mio. impressions
Digital advertorial:
1,5 mio.
eksponeringer

Kampagner i Holland
Smarticle, burst 1:
Reach 3,27 mio.
Pageviews: 15.135
Smarticle, burst 2:
Reach: 3,6 mio.
Pageviews: 14.228

” Influencersamarbejde med Cafe Moulés

Vi havde en positiv oplevelse med influencer Anna-Kathrine Outzen i vores café. Hun var nærværende, smilende og meget positiv. Hun blev længe i vores café og nød 4 forskellige retter mad. Hun havde sin mor og 2 børn med, som også var søde gæster. De kom tilbage om eftermiddagen inden lukketid og fik en iskaffe og milkshake med på køreturen hjem.

Hun lavede en rigtig fin reklame for vores café med flere opslag på sin story og vi fik flere besøgende på både Facebook og Instagram efterfølgende.

Hun forventningsafstemte med os inden hun begyndte at tage billeder osv. for at sikre sig, at vi begge fik noget ud af, de var på besøg. Det var en gennemført positiv oplevelse.

Mvh. Emma - Café Moulés



Nyt brand

Vi har i 2024 fået implementeret vores nye visuelle brand – det er både i ord, grafik, farver og formidling.

På markedet arbejder vi med navnet Visit Himmerland, da vi er overbeviste om, at det giver mere mening for turisten - uanset nationalitet. "Visit"-navnet er internationalt kendt for en turistdestination.

Foruden det nye navn, har vi spidset blyanten og lavet en kernefortælling om Himmerland. Den er fundamentet for vores

ordlyd og al skrevet kommunikation. Kernefortællingen er lavet på baggrund af en intern analyse af Himmerland og alle styrker. Læs et uddrag til højre.

Foruden nyt navn har vi fået en helt ny farvepalette at arbejde med samt grafik, der gør det grafiske arbejde enkelt og selvølgelig genkendeligt.

Nedenfor ses et udpluk af den grafiske identitet.



Uddrag af Himmerlands kernefortælling

Lige der, hvor Nordjylland og Midtjylland mødes, ligger himmelske Himmerland. Himmerland er landet mellem fjordene – ja faktisk en halvø, der blot er forbundet med resten af Jylland med 1,5 km land. Her gemmer sig smukke landskaber samt idylliske havne- og handelsbyer; midt mellem Aalborg og Aarhus.

Himmerland er et skattekammer for naturskere. Hver bølgende bakke, hver bugtende fjordbred og hver uspolerede skov fortæller sin helt egen historie, som kun venter på at blive opdaget og udforsket. På cykel eller i vandrestøvler. I kajak eller kano.

De kilometervis af kyster langs Limfjorden, Mariager Fjord og Kattegat byder på eventyr til både den glade sejler og den nysgerrige landkrabbe. Her føles tiden langsommere, så du kan trække vejret og finde roen. Her er der ingen storbylarm og lange køer – kun dem ude på marken....

Antal SoMe følgere:

Instagram: 10.700

+46,%

Facebook: 14.000

+12%

Website

219.000

besøg på web

589.000 sidevisninger

Facebook

Antal visninger:

Organisk: 173.045 / Paid: 519.078

34.100 interaktioner +45%

59.500 klik på links +72%

Presseklip

I 2024 har der igen været meget omtale af destinationens aktører og oplevelser. Her er et udklip af nogle af årets omtaler.

Destinationsdirektør: »Der er så mange ting, der ikke...

Benedikte Witt

50.000 GÆSTER FANDT VEJ TIL JULEUDSTILLING I AARS' GAMLE SVØMMEHAL

En gammel svømmehal i Aars, en Himmerland med drømme og flere end 400 tilgængelige fave og flere. Støtter man det hele sammen med 400 kvadratiske meter, så bliver det en fantastisk oplevelse, som både turister og lokalbefolkning kan nyde.

Dronning besøgte dansk UNESCO-verdensarv

Dr. Margrethe II besøgte den 2. verdensarvsplads i Himmerland, nemlig den gamle by i Himmerland.

Turismens hemmelige helte: »Hovedformålet er at gøre det her til en bedre by at besøge for turisterne

Der er mange mennesker, der gør det muligt for os at være en destination, der er attraktiv for turisterne.

GREJBANKEN I LØGSTØR LØB MED TITLEN SOM »ÅRETS ILDSJÆL 2023'

Etter et konkurrence, hvor mere end 800 personer havde afgivet deres stemme, blev Grejbanken i Løgstør kåret som Årets Ildsjæl 2023.

Gode tal lagde kimen for partnerskabsdag i Himmerland

Partnerskabsdagen i Himmerland blev en succes, og det viser sig, at samarbejdet mellem de lokale aktører er på vej til at blive endnu tættere.

Himmerlandspriserne 2024

Stem på din lokale favorit

Fritvillige skaber liv på Jyllands østkyst: »Der er jo ingen turister, der gider stoppe op her, hvis det hele er lukket og slukkede

Der er mange mennesker, der gør det muligt for os at være en destination, der er attraktiv for turisterne.

Lokale turismepriser uddelt i Destination Himmerland

Destination Himmerland uddelte lokale turismepriser for 2023.

Centerchef bliver bestyrelsesmedlem hos Destination Himmerland

Centerchefen i Destination Himmerland er blevet valgt til bestyrelsen.

Kvalitetsstempel til Mariager - Danmarks første certificerede byvandrerute

Mariager er blevet certificeret som Danmarks første certificerede byvandrerute.

Destination lægger plan for de kommende fire år

Destination Himmerland har lagt plan for de kommende fire år.

LIMFJORDSMUSEET VIL VÆRE EN GRØN ATTRAKTION

Limfjordsmuseet vil være en grøn attraktion.

Teamet er på plads: Turismeudviklingsplan for Jyllands østkyst er skudt i gang

Teamet er på plads, og turismeudviklingsplanen for Jyllands østkyst er skudt i gang.

Turismepris toppet med miljø certificering

Turismeprisen er blevet toppet med miljø certificering.

Tæt på turisterne

Gæsteservice får et løft

Gæsteservicen i Himmerland har haft brug for nytænkning, og det arbejde tog vi hul på i 2024, da vi har et ønske om, at gæsterne bliver ledt bedre rundt til flere oplevelser og ansøres til at bruge flere penge hos erhverv, events, attraktioner og detailhandlen.

Tilbage til fremtiden er et udviklingsprojekt, der sker i et samarbejde mellem Destination Himmerland og VisitLolland-Falster. Projektet har fokus på at omdefinere og forbedre tilgangen til produktudvikling og gæsteservice med henblik på at styrke konkurrenceevnen og fremme bæredygtighed.

Et centralt element i projektet er kompetenceudvikling af turismens aktører på destinationerne for at skabe konkurrencedygtige produkter, der tiltrækker besøgende og strategisk guider dem til at udforske området og støtte lokale turismeaktører økonomisk. Derfor har vi i 2024 allerede gennemført vores første værtskabskursus, områdets første "speed-date" for at understøtte produktudvikling i Himmerland og afholdt tre kendskabsture i destinationen.

Målet er at øge gæstetilfredsheden, styrke den lokale turismeomsætning og skabe nye arbejdspladser. Projektet sigter også mod at øge antallet af overnatninger, især i lavsæsonen, og forbedre den samlede turismeomsætning. Initiativet gennemføres over flere år og forventes afsluttet i foråret 2026. Projektet er støttet af Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse.

Nyt koncept er udrullet

Som en del af indsatsen, for at sikre et nyt og opdateret gæsteservicekoncept, er der i 2024 blevet udrullet 82 Info Spots, der nu står klar ude hos erhvervet. I deres åbningstid er de klar til at modtage gæster med inspiration og materialer. Derudover er der opsat 20 udendørs infotavler, som kan tilgås uden for åbningstid.



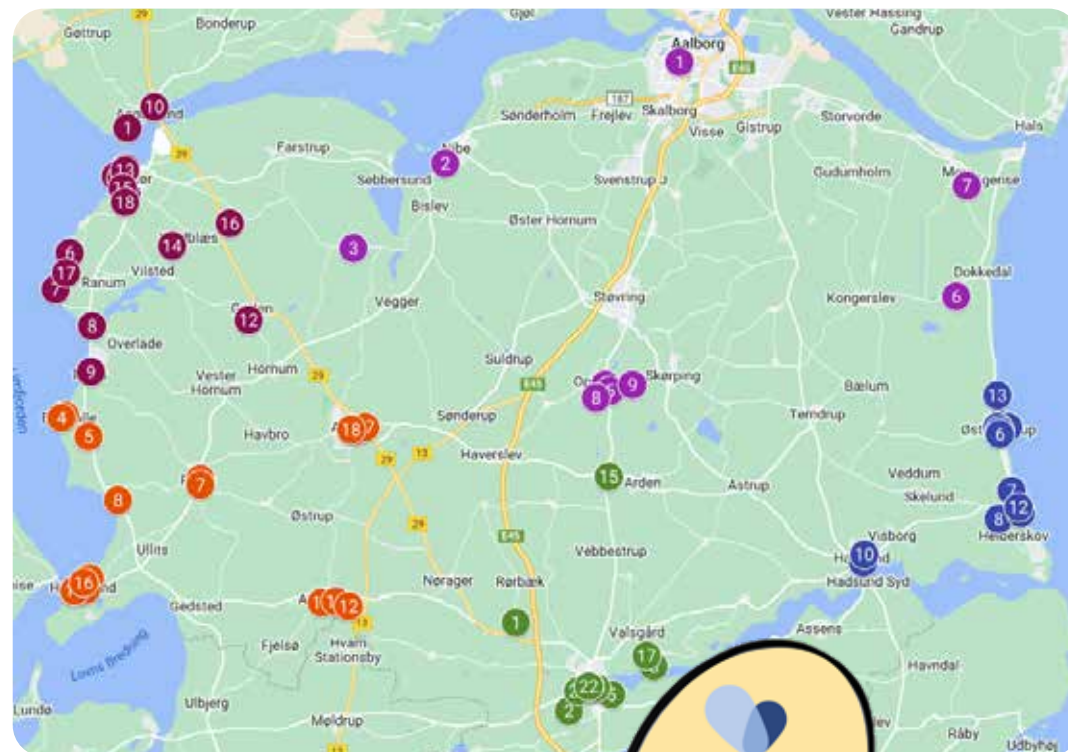
Konceptet inkluderer:

- Store info-tavler med plads til brochurer (23 styks - indendørs)
- Udendørs infotavler med QR-koder og henvisninger (20 styks)
- Brochureholder med QR-kode
- 8 områdefoldere
- 8 lokale webapps
- 9 by-/områdekort
- Et himmerlandskort
- Ferie i Himmerland-magasinet
- QR-koder
- Beachflag
- A-skilt
- Info-klæb



82 Info Spots i Himmerland

1. Aggersborg
2. Als Camping
3. Als Havbakker
4. Bramslev Bakker Camping
5. Café Bondestuen
6. Café K Hobro
7. Cirkusmuseet i Rold
8. Cittaslow Mariager
9. Daglig Brugsen Hvalpsund
10. Danhostel Hobro
11. Danhostel Vitksøl Kloster
12. Danmarks Cykelmuseum
13. Den Gode Søvn
14. Det Gode Liv - Brugsen
15. Ertebølle Strand Camping
16. Farsø Fjord Camping
17. Farsø Handelsstandsforening: Rådhuscentret
18. Feriepartner Kattegat
19. FjordTours
20. FjordTours Svanen
21. Føtex Hobro
22. Gasmuseet
23. Glenholm Vingård
24. Gokart Jylland Mou
25. Hadsund Butikscenter
26. Hadsund Egnssamling
27. HimmerLand
28. Himmerlands Erhvervs- og Gymnasieuddannelser
29. Hobro Apotek
30. Hobro City Camping Gattenborg
31. Hotel BramslevGaard
32. Hotel Du Nord
33. Hotel Postgaarden Mariager
34. Hvalpsund Familie Camping
35. Hvalpsund Færgekro
36. Hvalpsund Pakhus
37. Hvirvelkærgård
38. Info-Hytten Hvalpsund
39. Johannes V. Jensen og Thit Jensen Museet
40. Klosterkælderen Antik & Porcelæn
41. Koppes Mølle B&B
42. Kultur og Idrætscenter Lanternen
43. Landal Rønbjerg
44. Lille Restrup Hovedgaard
45. Lille Vildmosecentret
46. Limfjordsmuseet
47. Lystfartsmuseet
48. Løgstør Camping
49. Løgstør Fodbold Golf
50. Løgstør Golfklub
51. Løgstør Handelsstandsforening: Kontur
52. Løgstør Parkhotel
53. Mariager Camping
54. Mariager Museum
55. Mariager Saltcenter
56. Mariagerfjord Keramik
57. Myrhøj Camping
58. Nibe Camping
59. Nr. 2C, Kaffe, bar & vinstue
60. Nørregårdens Besøgsård
61. Oddekystvineri
62. Optiker Peter Møller
63. Rebildcentret
64. RebildPorten
65. REGAN Vest
66. Restaurant Bies Bryghus
67. Restaurant Neptun/Havgus
68. Rold StorKro
69. Rønbjergvejens Feriehus
70. Sol og Strand - Øster Hurup
71. Stenaldercenter Ertebølle
72. Torben E. Møller
73. Troldebakken Camping
74. Vesthimmerlands Museum
75. Vesthimmerlands Svømmecenter
76. Veteranjernbanen Mariager-Handest
77. Vikingeborgen Fyrkat
78. Volstrup Golfcenter
79. Aalborg Zoo
80. Aalestrup Idrætscenter og Vandrehjem
81. Aars Handelsstandsforening: Bog og Idé
82. Aars Handelsstandsforening: Højbjerg



Den digitale turist

GoVisit webapps

Vi arbejder for at imødekomme behovet for inspirations- og informationsøgning hos de gæster, der ønsker den via deres mobiltelefon, mens de opholder sig i Himmerland.

Som nævnt inkluderer vores nye gæsteservicekoncept otte lokale webapps. Disse kan tilgås via alle lokale foldere, kort m.m. De er også tilgængelige via kort, der kan downloades på www.visithimmerland.dk.

De otte webapps opdateres løbende, for eksempel afhængigt af åbningstider og sæson.

GoVisit

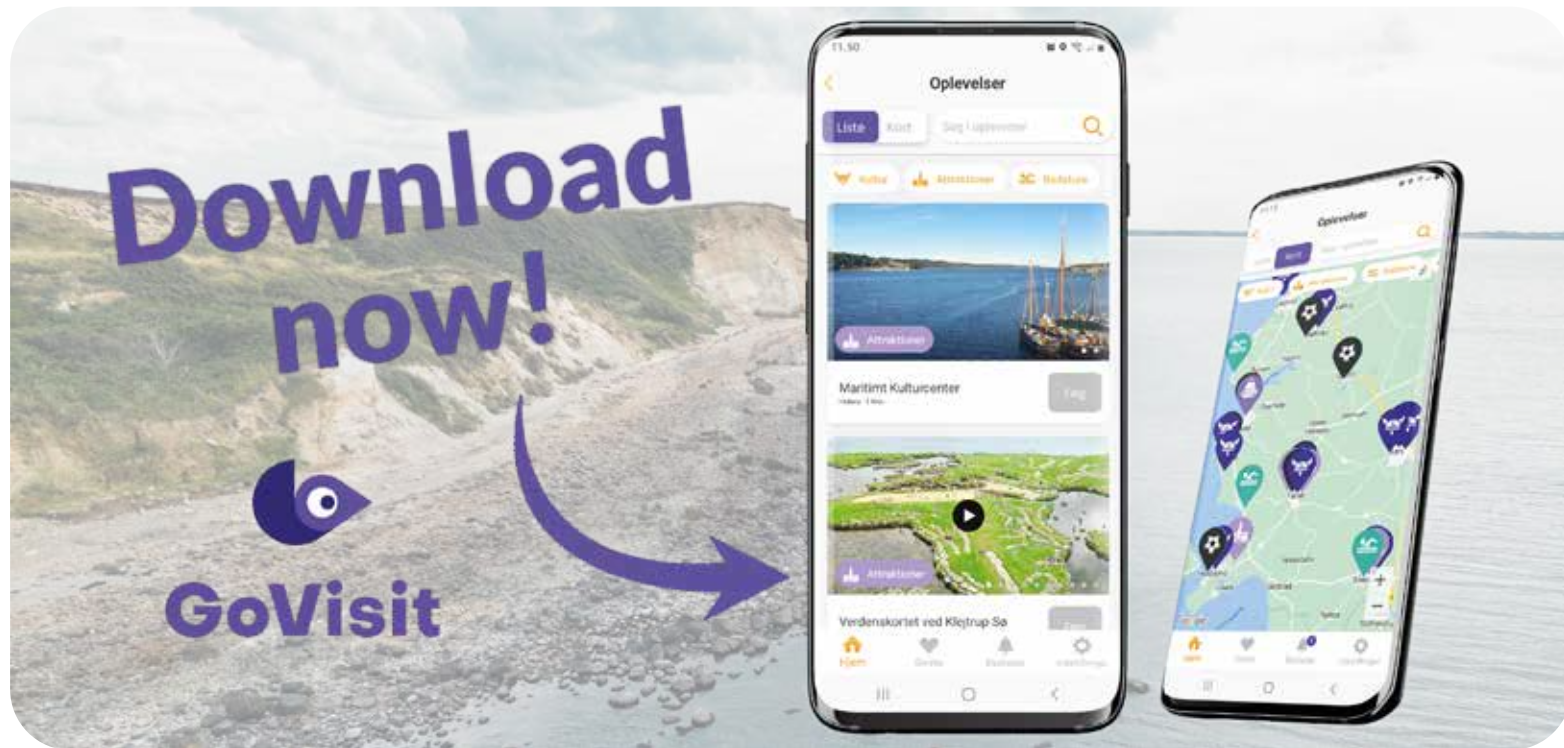
I 2024 har vi fortsat haft fokus på at få implementeret GoVisit i turismeerhvervet – både selve GoVisit-systemet og billetsystemet GoVisit Ticket Butler. Det er et uundværligt system for kontakten mellem turismeerhvervet og turister, da arrangørerne selv har mulighed for at formidle deres arrangementer via vores og GoVisits kanaler (hjemmeside, infoskærme og lokale kalendere).

StoryHunt

I Destination Himmerland har vi fortsat et samarbejde med StoryHunt, så vi sammen med vores partnere kan skabe flere spændende lydfortællinger rundt omkring i Himmerland. Lige nu har vi fem etablerede ruter: Aggerborg ruten, Havneruten Løgstør, Klosterruten Mariager, By- og Fjor-

druen Mariager samt Kunstruten i Aars. Der er også nye på vej, bl.a. i Hobro, ved Vilsted Sø, Vitskøl Kloster og Hotel Bramslevgaard.

I 2024 har vi haft fokus på at gøre alle ruterne internationale, så de nu, udover dansk, også kan høres på engelsk og tysk. De danske lydfortællinger er alle indtalt af en rigtig person, mens nogle af de engelske og tyske stemmer er AI-genererede. Med kunstig intelligens er de internationale stemmer meget virkelighedstro, og vi kan hurtigt lave ændringer og etablere nye ruter på flere sprog.



NEXT STEP Himmerland

Next Step Himmerland var et 4-årigt grønt omstillingsprojekt i samarbejde med Miljømærkning Danmark som partner. Målet med projektet var at fremtidssikre området erhverv inden for den grønne omstilling og bæredygtighed i turismen i Himmerland.

De grønne løsninger og bæredygtighed er stadig i stigende grad efterspurgt af turister. Projektets mål har derfor været at være på forkant med den øgede efterspørgsel på bæredygtige turisme-produkter - både nu og i fremtiden.

Det har vi i fællesskab opnået gennem Next Step Himmerland

Vi har oplevet en god interesse fra vores turismeerhverv omkring muligheden for støtte til mange spændende virksomhedsforløb.

Gennem Next Step Himmerland er der blevet givet støtte til 40 forløb:

- 10 Kommunikationsforløb
- 17 Miljømærkning Danmark
- 8 Energiforløb
- 5 forløb med certificeringshjælp

Certificeringer

Opnåede certificeringer som projektet har bidraget til:

- 1 EU-blomst
- 1 Svanemærket
- 1 Green Attraction
- 1 Green Sports Facility

Kommende certificeringer, som er ansøgt og forventes godkendt/udført i foråret 2025:

- 1 Svanemærket
- 2 EU-blomst
- 1 Green Attraction

Projektet blev afsluttet i 2024, men den bæredygtige destinationsudvikling stopper ikke her. Fra 2025 er vi med i projektet Bæredygtige destinationer i praksis 2.0. Du kan læse mere om projektet på side 16.



” Det siger projektpartnerne...

Vi har fået direkte støtte til udarbejdelse af energirapport, som vi ville have svært ved at finansiere selv. Det har givet os et godt udgangspunkt for at målrette vores investeringer i varmestyring, solceller med mere.

Jesper, Limfjordsmuseet

Der har været en god dialog og hjælp fra Destination Himmerland, som har hjulpet mig med til at få gang i den grønne omstilling. Jeg har længe haft lysten til at komme igang, men har lige manglet den rigtige sparring (los i røven).

Jørn, Kattegat Strand Camping

Formålet med bæredygtig omstilling er en vigtig del af udviklingen af turisme i Himmerland. Derudover var det, dét som kickstartede vores proces i at gå med en så ambitiøs certificering som Svanemærket og den læring og proces det er.

Jane, HimmerLand

Next Step Himmerland er støttet af:



Samarbejder, der styrker turismen

At være forenet og have et klart strategisk perspektiv er essentielt for at kunne stå stærkt i et konkurrencepræget marked. Derfor er gode samarbejdsrelationer af stor betydning for Destination Himmerland. Vi arbejder tæt sammen med en bred vifte af aktører, herunder turismeprofessionelle, brancheorganisationer, ejerkommuner, uddannelsesinstitutioner og andre relevante partnere.

En central samarbejdspartner er brancheorganisationen Danske Destinationer, som spiller en vigtig rolle i at fremme tværgående vidensdeling, erfaringsudveksling og ikke mindst som et væsentligt talerør for destinationsselskaberne på nationalt niveau. Det er afgørende at stå samlet og sikre vigtige projekter, der også løfter de mindre destinationsselskaber i deres arbejde. Udover dette har vi en række værdifulde

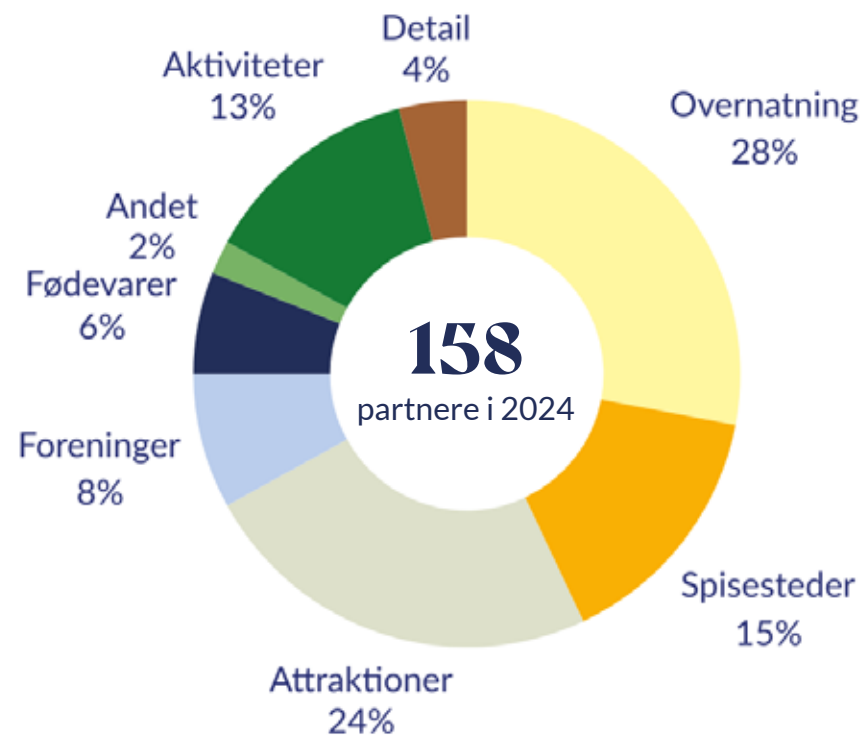
samarbejder og arbejdsgrupper, der omfatter projekter som UNESCO, udviklingsinitiativet Hærvejen og mange flere. Alle samarbejder spiller en vigtig rolle i den udvikling, vi vil opleve i Himmerland i de kommende år.

Vi ser derfor frem til de mange nye og spændende samarbejdsmuligheder, som 2025 bringer med sig.

*Johanne Bugge,
Destinationsdirektør*

*Tak til hver en partner,
der bidrager til destinationens
synlighed og udvikling!*

Partnere fordelt på branche

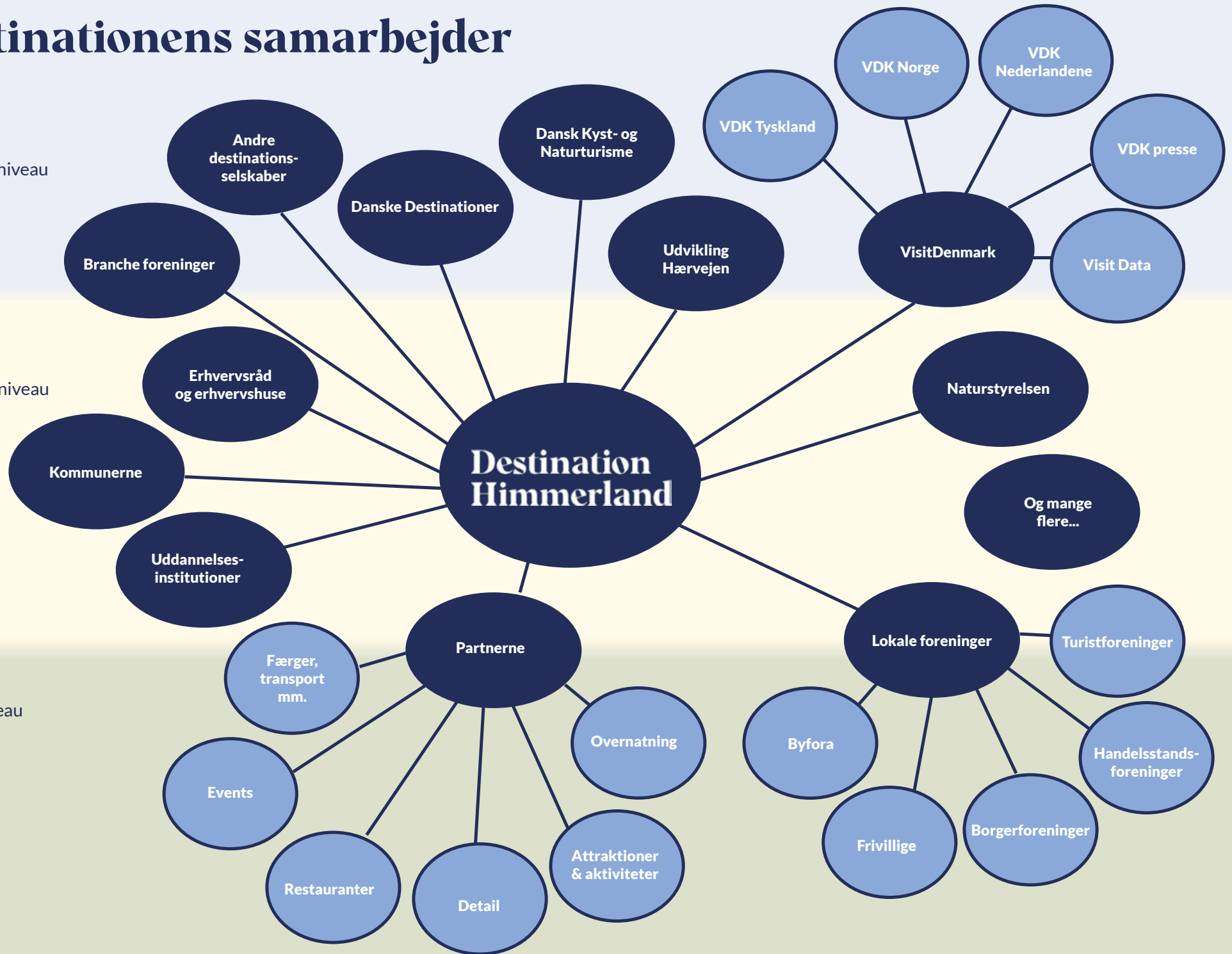


Destinationens samarbejder

Nationalt niveau

Regionalt niveau

Lokalt niveau



Strategiske projekter

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

Tilbage til Fremtiden

Gæste- og turistservice har ændret sig gennem årene, og behovet hos turisterne er ligeledes blevet anderledes. Derfor er det vigtigt, at vi i Himmerland har den rette strategi for gæsteservice, så vi fremadrettet bedst muligt og klogest kan byde vores turister velkommen til Himmerland. Læs mere om projektet på side 9.

Projektet er støttet af Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse.

Next Step Himmerland

Projektet Next Step Himmerland kan du læse mere om på side 12.

Projektet er støttet af Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse.

VisitData

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

VisitData skal gøre det nemmere for danske turismevirksomheder og destinationer at få adgang til relevant data. Platformen integrerer nationale datakilder og præsenterer dataene i digitale dashboards, som giver indsigt i markedsadfærd. VisitData er målrettet både virksomheder og destinationer, herunder overnatnings- og kulturaktører.

Udviklingsprojekt for Jyllands Østkyst

Jyllands Østkyst får en fælles turismeuudviklingsplan som grundlag for et markant og samlet løft af turismen. Det sker i et samarbejde mellem Destination Himmerland, Destination NORD, VisitAarhus, Destination

Kystlandet, Destination Trekantsområdet, Destination Sønderjylland, ejerkommunerne samt med Dansk Kyst- og Naturturisme og Realdania.

Konkret er der i 2024 blevet arbejdet med en samlet strategi, vision og principper med involvering af kommuner, destinationer og embedsfolk. Næste skridt er udviklingsplaner for henholdsvis Nord/Himmerland og Aarhusregionen. Herefter vil der blive udarbejdet seks strategisk-fysiske udviklingsplaner på lokalt niveau. Arbejdet med udviklingsplanen forventes at foregå fra 2023 til 2026.

Projektet er støttet af Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse.

Hærvejen

Destination Himmerland tager aktiv del i arbejdet med udviklingen af Hærvejen i samarbejde med Udvikling Hærvejen. Vi sidder derfor med i diverse arbejdsgrup-

per – både sammen med Udvikling Hærvejen og kommunerne.

Udvikling Hærvejen arbejder for at udvikle Hærvejen som et sammenhængende turist- og fritidsområde, og dette strategiske arbejde bakker Destination Himmerland op om.

UNESCO-udnævnelsen

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

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



Projekter 2025

Bæredygtige destinationer i praksis 2.0

Projektet 'Bæredygtige destinationer i praksis 2.0' skal omsætte et ønske om bæredygtig destinationsudvikling til konkret handling på tværs af 16 destinationselskaber.

Projektet består af fem arbejdsplaner:

- Udvikling af CO2-roadmaps og klimahandleplaner i 16 destinationer
- Masterclasses og erfa-grupper om bæredygtig turisme
- Lokal klimahandling i syv destinationer
- Data der understøtter bæredygtighedsarbejdet
- Bæredygtigheds certificering af de destinationsselskaber, der endnu ikke har en certificering.

Udvikling af stærke kulturdestinationer i kyst- og naturturismen: Lokal forankring, styrkede kommercielle sammenhænge og et stærkt internationalt brand.

Projektets mål er at styrke og udvikle stærke kulturdestinationer inden for kyst- og naturturismen, samt styrkepositioner inden for kultur, som har international attraktionskraft overfor turister, og hermed øge antallet af overnatninger og omsætningen fra internationale gæster.

På tværs af værdikæden og offentlige og private parter skaber projektet sammenhængskraft gennem lokale udviklingsplaner. Der udføres udviklingsforløb, der skal understøtte investeringer i et udvidet kulturudbud, den kommercielle

værdiskabelse og forankring af kulturoplevelser, samt udvikler og tester delfortællinger inden for kultur, og markedsfører dem på internationalt udvalgte markeder.

Projektet er et samarbejde mellem Kulturens Analyseinstitut, VisitDenmark, Dansk Kyst- og Naturturisme og 10 destinationselskaber, herunder Destination Himmerland.

Danmarks Maddestinationer 2.0

Projektet er en fortsættelse af Danmarks Maddestinationer (21-23) og ønsker at (videre)udvikle nye og attraktive mad- og måltidstilbud til turister.

Projektet er et strategisk samarbejde mellem en række destinationer på tværs af landet og tre nationale aktører. Visit-Nordvestkysten, Destination Limfjorden, Destination Sjælland, Food Organisation

of Denmark, VisitDenmark, Landdistrikternes Fællesråd, Visit Lolland-Falster. Projektets mål er at skærpe destinationerne på madområdet og styrke samarbejdet. Dertil kommer en international markedsføringsindsats.

De primære målgrupper er virksomheder og aktører, der lever af at levere oplevelser til turisten baseret på mad og drikkevarer.



Himmerlandsholdet

Her er Destination Himmerlands medarbejdere, som arbejder for at udvikle turismen i Himmerland på tværs af flere indsatsområder.



Mette Søgaard Ebbesen

Områdeansvarlig for Himmerlands Østkyst & Marketing-kordinator

Kontakt:

mette@destinationhimmerland.dk

Telefon: 27 61 26 72



Maria Lyngge Flamsholt

Områdeansvarlig for Mariager Fjord og Rebild & Projektleder

Kontakt:

maria@destinationhimmerland.dk

Telefon: 31 54 03 06



Tina Bjerre

Områdeansvarlig for Himmerlands vestlige del & Projektleder

Kontakt:

tina@destinationhimmerland.dk

Telefon: 31 48 91 24



Line Brøndum Pedersen

Digital marketingansvarlig

Kontakt:

linebp@destinationhimmerland.dk

Telefon: 31 48 90 78



Louise Rosenkilde Larsen

Content Creator, Kommunikation & Presse

Kontakt:

louiserl@destinationhimmerland.dk

Telefon: 53 88 79 99



Line Gejl Paulsen

PÅ BARSEL
Projektleder & PR- og Kommunikationsansvarlig

Kontakt:

OBS! Line kan i øjeblikket ikke kontaktes, da hun er på barsel.



May Jønsson

Marketing assistent

Kontakt:

may@destinationhimmerland.dk



Johanne Bugge

Destinationsdirektør

Kontakt:

Johanne@destinationhimmerland.dk

Telefon: 71 92 14 68

”

Alle er meget velkommen til at kontakte både mig og mine medarbejdere om både stort og småt. Så tøv ikke med at tage fat i os - uanset om det er om partnerskab, en god ide, spørgsmål til vores projekter eller noget helt fjerde.

Du er også altid velkommen til at skrive til info@destinationhimmerland.dk

Bliv en del af Himmerlands-fællesskabet

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



Markedsføring

- Effektive markedsføringsindsatser på flere markeder og til relevante målgrupper
- Målrettet branding af Himmerland fx via Google Ads, YouTube, Meta etc.
- Presseaktiviteter og kampagner i Holland, Tyskland og Norge
- SoMe-kampagner, hvor du kan købe dig ind
- Ekstern annoncering for den fælles Himmerlands-fortælling i relevante medier
- Relevante samarbejder med fotografer, influencer og bloggere for at øge kendskabet til Himmerland

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.

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 2025.

Turismeakademi

Igen i 2025 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 værtskab, databaseret forretningsudvikling, GoVisit, Sociale Medier, AI og andre spændende forløb.

Gæsteservice

I 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 *Tilbage til Fremtiden*, som er støttet af Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse.

 Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse

Destination Himmerland