

Destination  
Himmerland



# Bæredygtigheds- politik



# Formål og strategisk forankring

Destination Himmerland arbejder for at gøre Himmerland til en stærk og bæredygtig turistdestination, hvor bæredygtighed er en tværgående drivkraft i alle strategiske indsatsområder – fra destinationsudvikling til gæsteservice og produktudvikling. Dette afspejler vores fælles mission og vision i strategien for 2025-2028, hvor bæredygtighed er et centralt fokusområde.

Formålet med denne bæredygtighedspolitik er at sikre, at bæredygtighed systematisk integreres i beslutninger, handlinger og partnerskaber samt bliver en målbar del af destinationselskabets bidrag til national, regional og lokal turismeudvikling.

## Strategiske mål

Destination Himmerland arbejder målrettet med bæredygtighed som en central del af opfyldelsen af strategiens pejlemærker 2030 og strategiske indsatsområder. Vores overordnede mål er:

- At styrke destinationens miljømæssige, sociale og økonomiske bæredygtighed i alle aktiviteter.
- At sikre, at bæredygtighedsindsatsen understøtter målene om flere overnatninger, vækst i året udenfor højsæsonen, øget omsætning og større besøgstal hos attraktioner.
- At fremme bæredygtige turistprodukter og oplevelser, der er attraktive, konkurrencedygtige og værdiskabende for både erhverv og lokalsamfund.
- At bidrage til national bæredygtig turismeudvikling via samarbejde, videndeling og certificeringsinitiativer.

## Bæredygtighedsmodel

Vi arbejder med bæredygtighed i tre dimensioner:

### Miljømæssig bæredygtighed

- Minimere miljøpåvirkninger fra organisationens egen drift.
- Fremme klimavenlige løsninger og ressourceeffektiv adfærd i partnerskaber og turismeprojekter.
- Reducere CO<sub>2</sub>-aftryk, understøtte brugen af vedvarende energi og grøn mobilitet.

### Socio-kulturel bæredygtighed

- Sikre respekt for lokal kultur, identitet og levende

lokalsamfund.

- Involvere borgere og aktører som aktive medskabere af turismens udvikling.
- Styrke sociale relationer, arbejdsmiljø og mangfoldighed internt i Destination Himmerland.

### Økonomisk bæredygtighed

- Bidrage til helårs jobskabelse og lokal værdiskabelse gennem strategiske udviklingsprojekter.
- Fremme innovation, kvalitet og kommerciel bæredygtighed i partnerskab med erhvervet.
- Sikre, at vækst går hånd i hånd med ansvarlig resourceudnyttelse.

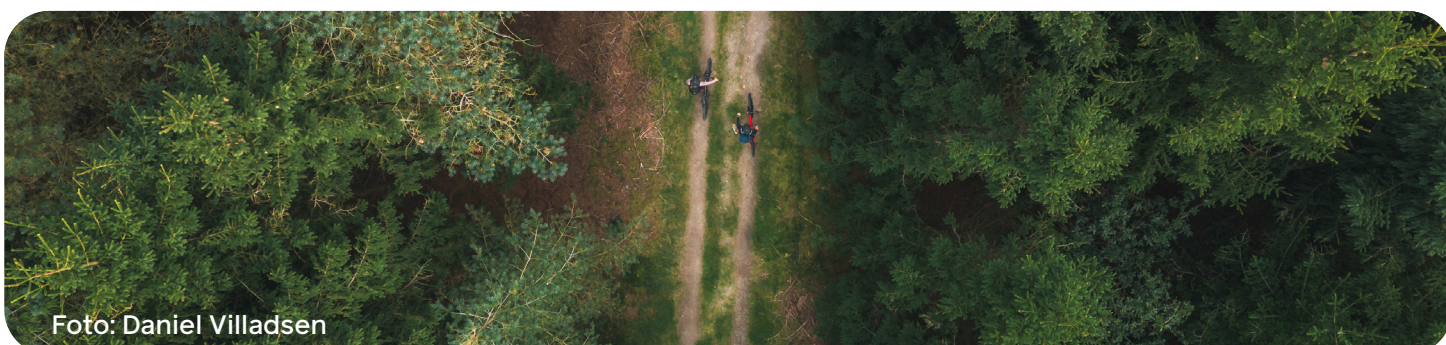


Foto: Daniel Villadsen

# Bæredygtighed som tværgående fokus i strategiens indsatsområder

Bæredygtighed er ikke et separat spor – det er en integreret del af alle strategiske indsatsområder:

## Destinationsudvikling

Vi sikrer, at bæredygtighed er et fundament for produktudvikling og attraktionernes langsigtede attraktivitet.

## Branding & markedsføring

Vores bæredygtighedsadfærd og værdier kommunikerer aktivt, så Himmerland fremstår som en ansvarlig destination, der tiltrækker kvalitetsbevidste gæster.

## Produkt- og forretningsudvikling

Vi understøtter erhvervets arbejde med bæredygtige oplevelser, certificeringer og markedsrelevante produkter, fx grønne oplevelser, aktiveret natur og lokal værdiskabelse.

## Gæsteservice

Gæster inspireres og guides til bæredygtige valg før, under og efter deres ophold – både digitalt og fysisk – som en del af den samlede gæsteoplevelse.



Foto: Daniel Villadsen

## Partnerskab, samarbejde, mål og evaluering

Destination Himmerland ser samarbejde som drivkraften i bæredygtig udvikling. Vi arbejder aktivt med kommuner, erhverv, foreninger og civilsamfund for at sikre, at bæredygtighed:

- sker i dialog
- bygger på fælles mål
- understøtter lokal handling og nationale pejlemærker

Dette omfatter også deltagelse i initiativer som fx Bæredygtige Destinationer 2.0, hvor lokale handlinger kobles med nationale klimamål.

Vi forpligter os til:

- at måle og rapportere effekten af vores bæredygtighedsindsatser
- at bruge fx. data som styringsværktøj til at dokumentere fremskridt
- at revidere politikken minimum én gang årligt i sammenhæng med strategiske pejlemærker
- Målepunkter vil blive knyttet til både interne aktiviteter og partnerskabsprojekter, fx reduktion af CO<sub>2</sub>, antal bæredygtige produkter, gæsteoplevelsesmålinger og social impact.