

midtjysk TURISME nyt

OM TURISTBRANCHEN FOR TURISTBRANCHEN · SEPTEMBER 2008 · NR. 2

Dansk Turisme – hvor skal du hen ???

Somme tider laves der nye strategier, fordi der er gået 2, 3 eller måske 5 år siden den gamle blev lavet, og andre gange bliver det strategiske arbejde sat i gang, fordi timingen bare er den rigtige.

Visitdenmarks bestyrelse har igangsat en stor og omfattende proces for at etablere en ny fælles strategi der kan samle alle aktørerne i dansk turisme om en samlet vision for dansk turismes udvikling - og i forlængelse deraf en prioriteret fælles ressourceindsættelse blandt turismens aktører.

Timing'en i at igangsætte dette arbejde netop nu er helt rigtig.

- Dansk turisme står overfor en stor udfordring i at vinde internationale markedsandele tilbage, efter at Danmark siden slutningen af 90'erne har kunnet registrere kontinuerligt fald i antallet af udenlandske overnatninger, samtidig med at vore væsentligste konkurrenter på det europæiske marked oplever kontinuerlige stigninger i udenlandske overnatninger.

- En visionær strategi, der skaber det rigtige perspektiv for den turistpolitiske redegørelse, som regeringen har barslet med i løbet af dette år, vil være det helt rigtige afsæt for en ambitiøs national satsning på at sikre dansk turisme og oplevelsesøkonomi som væsentlige vækst drivere i den danske økonomi.

Processen omkring strategien er allerede i gang, og en række aktører har allerede spillet væsentlige og interessante tanker og debatskabende oplæg ind på banen.

Turisterhvervets Samarbejdsforum, der består af HORESTA, Campingrådet, Feriehusudlejernes Branche-forening, Danhostel samt Foreningen af Forlystelsesparker offentliggjorde i juli oplægget med overskriften "Vækst i turisterhvervet". Oplægget peger på at veje til vækst er strategisk destinationsudvikling, en modernisering af erhvervets regulering, optimering af turismesamarbejdet og satsning på værdiskabende vækstmarkeder.

De danske regioner og turismeselskaberne i regionerne (herunder Midtjysk Turisme) er også på vej med et fælles indspil, der vil pege på "Danmarks Nye turisme", herunder innovation i turismen værdikæder, innovationsfremmende rammebetingelser og innovative markedsindsatser.

En ny fælles strategi for turismen i Danmark skal præges af og blive en fælles vision for alle, der lever af og med turisme i Danmark.

Vi vil derfor opfordre alle interessenter og aktører i oplevelsesøkonomien og turismen i Midtjylland til aktivt at deltage i den lokale og regionale dialog, og give jeres tanker omkring strategien for dansk turisme videre til os eller Visitdenmark. Find inspiration til dette via relevante links på vores hjemmeside www.midtjyskturisme.com

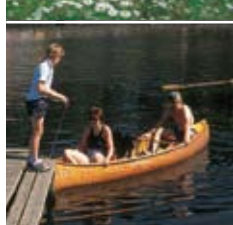
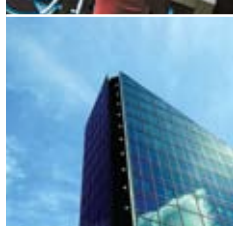
Jens Hausted,
direktør, Midtjysk Turisme

Sæt kryds i kalenderen

Dato	Arrangement	Sted
1. oktober 2008	Mød VisitDenmarks nærmarkeder og VisitDenmark analyse. (Læs mere på næste side).	Viborg
2. oktober 2008	Inspirationsdag om sund turisme	Vejlefjord, Stouby
30. oktober 2008	Turismekonference "Innovation i turisme" og repræsentantskabsmøde i Midtjysk Turisme	Herning

Læs mere på www.midtjyskturisme.com. Hvis du har kendskab til turismerelevante arrangementer, er du velkommen til at kontakte os på

info@midtjyskturisme.com. Så vil vi sørge for at synliggøre dem på vores hjemmeside ■



Flere destinationer i gang med projekter til sæsonforlængelse

De destinationer, der deltager i projektet 'Sæsonforlængelse frem mod helårsturisme i Midtjylland', der er støttet af Midtjysk Turisme via midler fra Vækstforum i Region Midtjylland, har alle været i gang med at finde ud af, hvordan de vil arbejde med at forlænge sæsonen. Bl.a. har Randers og Odder taget hul på en storstilet strategiproces, hvor sæsonforlængelse indgår som et centralt element.

Midtjyske Underværker

VisitAarhus er blevet projektleder på projektet 'Underværker i Midtjylland', der er et delprojekt under "Sæsonforlængelse". Idéen er at

lade kunstmuseerne i Midtjylland identificere hvert et kunstværk – et underværk. Underværkerne indarbejdes i en netværksrute, og udbydes i samlet ugeprogram koblet med overnatning. Konceptet formidles og gøres bookbar via en hjemmeside.

Formålet er at tage afsæt i specifikke kulturspor, hvor Midtjylland har en styrkeposition på helårsbasis, og afprøve et rute/tema-koncept. I første omgang arbejdes der med en voksen og kunstinteresseret målgruppe, men projektet undersøger også muligheden for at arbejde med en underværks-rute, der henvender sig til familier med børn. ■

Sund Turisme breder sig over Region Midtjylland

Oplevelsesprojektet "Sund turisme", der er igangsat og støttet af Midtjysk Turisme via midler fra Vækstforum i Region Midtjylland, er i fuld gang:

- I Holstebro arbejder man på udbredelse af sunde fødevarer og udviklingen af "Mitsjov, sunde sommerhus", som er et ferietilbud for børnefamilier, hvor der er lagt lige vægt på "sund" og "sjov".
- I Silkeborg arbejder man med geocaching som kommercielt turismeprodukt og udbredelse af den virtuelle kurby som koncept.
- I Hedensted udvikler og tester man nytænkende wellnessprodukter og et pilotprojekt, som kobler ferie med behandling og forebyggelse. Læs mere på www.sund-turisme.dk

Invitation

Hvem er fremtidens kunder, og hvad vil de efterspørge?

Vejle fjord, Hedensted Kommune og Juelsminde Turistbureau inviterer til en kombineret inspirationsdag og studietur, hvor du kan få ny viden om udviklingen på det nationale og internationale wellness- og kurmarked.

Inspirationsdagen afholdes d. 2. oktober 2008 kl. 9.00 - 16.00 på Vejle fjord, 7140 Stouby.

Studieturen går til Bayern i Tyskland og Tyrol i Østrig den 12. - 14. november 2008.

Begge arrangementer er for såvel eksisterende som potentielle wellness- og kurudbydere samt i øvrigt personer, der har interesse i wellness- og kurområdet.

For yderligere information kontakt Sonia Baptista på tlf. 30 58 28 85 eller besøg www.sund-turisme.dk ■

Klimatopmødet som løftestang for at få flere erhvervsturister til Midtjylland

Midtjysk Turisme vil med en bevilling fra Region Midtjylland og i samarbejde med VisitAarhus og VisitHerning arbejde for, at Klimatopmødet i København 2009 får en betydelig afsmittende effekt i Midtjylland i form af flere faglige studieture, møder, konferencer o.lign.

Baggrunden er, at Region Midtjylland er den danske region, som står stærkest,



når det gælder forskning og produktion inden for energi og miljø. Målet er derfor gennem en samlet regional indsats at tiltrække faglige studieture, møder og konferencer fra hele verden indenfor energi og miljø.

Indsatsen indeholder bl.a. deltagelse i udstillinger på internationale fagmesser, en hjemmeside, profilfolder og præsentationsfilm, faglige studieture og internationalt pressearbejde, hvor budskabet er, at Midtjylland er "Danmarks klimaregion nr. 1" med kompetencer i udvikling af bæredygtige løsninger inden for energi og miljø, samt at Midtjylland derfor er det ideelle møde- og konferencested for alle, som beskæftiger sig med disse problemstillinger i hele verden.

Turismeaktører, kommuner og andre relevante partnere vil blive kontaklet af projektets tovholdere.

Læs mere om indsatsen på www.midtjyskturisme.com. ■

Har du en idé til et afsætningsprojekt?

Under indsatsområdet "Fokus på gæsterne" i Handlings- og Aktivitetsplanen 2008 har Midtjysk Turisme afsat en pulje til at sikre nye afsætningskanaler og forbedrede distributionsmuligheder for midtjyske turismeprodukter.

Hvis du har en idé til et afsætningsprojekt, så gå ind på www.midtjyskturisme.com (under Handlingsplan 2008) og læs om ansøgningskriterierne. Her kan du også læse mere om de fire afsætningsprojekter, der indtil videre har modtaget midler fra puljen.

Den næste ansøgningsfrist er 17. oktober 2008. ■

Ambitiøs IT-satsning i turismen i Midtjylland

En bevilling fra Region Midtjylland på i alt 2,4 mio. kr. sikrer en ambitiøs IT-satsning i den midtjyske turisme.

Midtjysk Turisme er tovholder på projektet, der med et samlet budget på knap 8,2 mio. kr. i projektet "Ny IT i turismen" vil medvirke til et samlet løft for den regionale turisme inden for IT og tilgængelighed af eksisterende og nye turismeprodukter, idet der bl.a. fokuseres på at optimere brugen af de nye digitale kommunikationsformer.

Projektet er sat sammen som en paraply over en række underprojekter, som hver især understøtter hinanden. Projektet har endvidere en bred lokal, regional såvel som national forankring, og gennemføres i et tæt samarbejde mellem Midtjysk Turisme, VisitDenmark og turistbureauerne i Midtjylland.

Projektet består af tre indsatsområder:

1. Videreudvikling af tværmedielle databasemodeller og integration i medier
2. Brugerdrevet innovation, IT-relateret brugerinddragelse og innovation
3. Oplevelsesorienteret IT-formidling - IT som avanceret kommunikationsredskab, hvor målet er at give brugeren en ekstra oplevelse

Satsningen forventes at medvirke til et øget fokus på IT-udvikling i turismeerhvervet, og udvikling af service-/modtageapparatets digitale kompetencer og kommunikation. Dette indebærer, at turismeerhvervets medarbejdere inddrages aktivt i projektførelsen og samtidig får helt konkrete digitale værktøjer stillet til rådighed.

Læs mere på www.midtjyskturisme.com ■

Mød VisitDenmarks nærmarkeder og VisitDenmark analyse

Vi har herved fornøjelsen at invitere dig til en spændende dag, hvor du kan høre om de seneste analyser og nye medier fra VisitDenmark samt møde nogle af VisitDenmarks markedschefer (Tyskland, Norge, Sverige og Holland).

Ved arrangementet vil VisitDenmarks analyseafdeling præsentere de seneste analyser og trends, bl.a. seneste overnatningstal og tendenser for Midtjylland og ferieturisternes efterspørgsel. Der vil også være et indlæg om nye medier og disses betydning for dansk turisme, herunder bl.a. præsentation af analysen "Danmark på Bloggen".

Om eftermiddagen skal vi høre nyt fra markederne omkring markedsudvikling og markedsføringsplanerne for 2009 for de enkelte markeder. Se programmet på www.midtjyskturisme.com.

Tid og sted

Arrangementet foregår den 1. oktober 2008 kl. 9-16 i Viborg Lounge, Tingvej 7, 8800 Viborg.

Deltagelse er gratis. Se programmet og tilmeld dig via vores hjemmeside, www.midtjyskturisme.com, eller email kbu@midtjyskturisme.com. Tilmelding senest 26. september 2008. ■

Årets busdestination 2009

Under indsatsområdet "Fokus på gæsterne" har Midtjysk Turisme afsat en pulje til at sikre nye afsætningskanaler og forbedrede distributionsmuligheder for midtjyske turismeprojekter. Midtjysk Turismes pulje, har blandt andet støttet afsætningsprojektet "Pro Bus Jütland", som er et nyskabende koncept, der er med til at sætte Nordvestjylland på landkortet!

Pro Bus Jütland, der er et samarbejde mellem såvel private som offentlige aktører, arbejder på at markedsføre Nordvestjylland som busdestination på lige fod

med Berlin, London og Paris. Projektet er koncentreret omkring det tyske marked, som er Europas største inden for busturisme, og tiltaget har allerede vakt opsigt i den tyske turismebranche.

Pro Bus Jütlands rejsemål "Nordvestjylland", er således netop blevet kåret som "Årets Busdestination 2009" af det tyske fagmagasin for busrejser "Omnibusrevue". En pris, der tillægges stor betydning i branchen og som bringer Nordvestjylland i fokus. ■

MIDTJYSK TURISME NYT

Udgivet af Midtjysk Turisme
Vejlsøvej 51, 8600 Silkeborg
www.midtjyskturisme.com
Tlf. 70 20 21 60
info@midtjyskturisme.com

Ansvarshavende redaktør:
Karin Buhl Slæggerup

Design: Datagraf A/S

Returneres ved varig adresseændring



Ny viden...

Der bliver hele tiden produceret ny og spændende viden om turisme. Vi bringer her et lille udpluk af nogle af de nyeste udgivelser. Find dem selv på nettet. God læselyst.

Danmark på bloggen

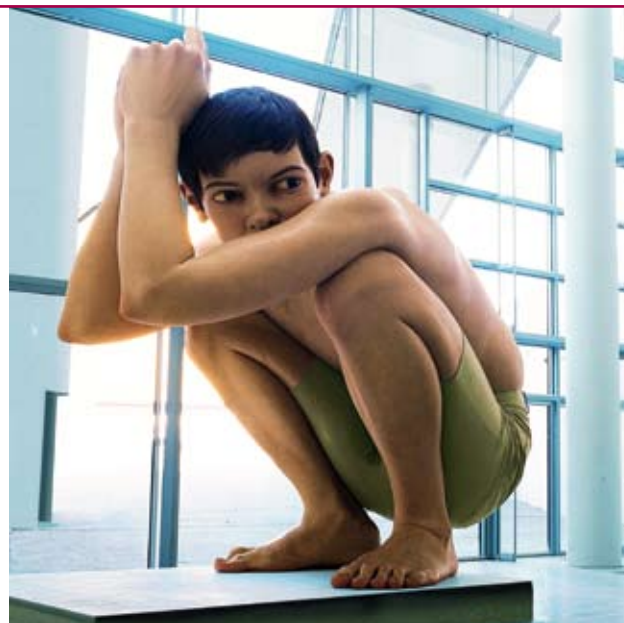
Hvad mener de udenlandske turister om Danmark, og hvad siger de om danskerne? Flere og flere af de udenlandske turister, der besøger Danmark, blogger på internettet og diskuterer interesser og udveksler ferieerfaringer. VisitDenmark har i en ny analyse anvendt blogs som kilde til at undersøge udenlandske turisternes opfattelse af danskerne og af Danmark. Analysen viser bl.a., at de udenlandske turister er begejstrede for danske cykelferier og tilfredse med overnatningstilbuddene. Kritikken af Danmark går derimod på klimaet og prisniveauet. I analysen kan du også læse om turisternes holdning til danskerne og se sammenligninger af danskere og nordmænd, tyskere, svenskere m.fl.

www.visitdenmark.dk

Experience design in city tourism

Ny international analyse om oplevelsesdesign i byturisme. 5000 turister i 14 af de største byer i Norden og Baltikum er blevet spurgt om, hvordan de holder ferie i byen, og der tegnes et nuanceret billede af den moderne turist som en aktiv størrelse, der selv kan og vil opleve byen. Eksempelvis kan og vil turisterne selv, når det kommer til deres inspirationskilde. De er i langt højere grad inspireret af personlige anbefalinger (30 pct.) og i mindre grad inspireret af turistbrochurer (18 pct.), den officielle turismehjemmeside (8 pct.) eller reklamer (3 pct.).

www.nordicinnovation.net



European Tourism Insights 2007 – and outlook for 2008

European Tourism Insights 2007 er titlen på en af ETCs (European Travel Commission) sidste udgivelser. Analysen beskriver adskillige aspekter af turismen i Europa i 2007, bl.a. overnatning, lufttransport, hotelsektoren og rejsetrends. I rapporten kan du også læse ETCs bud på, hvilke muligheder og trusler, der vil få indflydelse på den europæiske turismebranche i 2008.

www.etc-corporate.org

www.videnomturisme.dk – den nemme vej til viden om turisme

Vi ved det godt. Vi burde holde os orienteret om alt, hvad der fagligt foregår omkring os. Oftest er det tiden og overskuddet, der mangler. Internettet bugner med sider om turisme, nyhedsbrevene vælter ind og invitationerne til relevante kurser hober sig op. Med videnomturisme.dk kan du orientere dig, når du har tiden. Du kan få idéer, ny viden, tips og henvisninger. ■

Attraktions- og festival/begivenhedsanalyse 2008

25 attraktioner og festivaler/begivenheder i Midtjylland deltagere i analyse og får nu helt ny viden om deres gæster, og om hvad de betyder for deres lokalsamfund. Midtjysk Turisme har igangsat en større analyse med det formål, at få sat tal på den værdi og betydning i samfundsmæssig og økonomisk forstand, som attraktioner & festivaler/begivenheder har.

Ifølge Trine Graae Lundorf fra Midtjysk Turisme er udgangspunktet for at lave analysen, at attraktioner og festivaler og

begivenheder er mere end blot gæster. De tilfører det omgivende samfund en masse afledt værdi, og det er viden, der er vigtigt at kunne dokumentere: 'Når en attraktion eller festival skal i dialog med kommunen og lokalsamfundet om emner som skiltning, parkering, arealudvidelse mm. kommer man som oftest lidt længere, når man kan smide nogle veldokumenterede tal på bordet.' ■