



VisitNordjylland.dk

VisitRebild.dk 

Hvor Danmark er smukkere...

DEN EUROPÆISKE UNION

Den Europæiske Fond
for Regionaludvikling



Vi investerer i din fremtid



Strategi- og handlingsplan

Oplevelsesøkonomi og turisme i Rebild – Rold Skov området

Marts 2012

Indhold

Forord	3
Deltagere i projektet	4
Strategi	5
Indsatsområde: Branding, markedsføring og digitalisering	8
Indsatsområde: Erhvervsturisme	10
Indsatsområde: Infoportal – Rebild Bakker og Rold Skov	11
Indsatsområde: Store events	13
Indsatsområde: Regan Vest	14
Indsatsområde: Sundhed, adventure og natur.....	16
Indsatsområde: God mad og lokale råvarer	17
Tids- og handlingsplan	18
Bilag 1.....	18

Forord

Nærværende strategi- og handlingsplan er udarbejdet fra september 2011 til februar 2012 i et samarbejde mellem alle væsentlige aktører inden for turisme i Rebild – Rold Skov området, jf. oversigten på næste side. Rebild – Rold Skov området skal i denne sammenhæng forstås som et brand og ikke som en geografisk afgrænsning. Alle aktører inden for turisme i og omkring Rebild og Rold Skov er en del af målgruppen for det fremtidige samarbejde, vi hermed lægger op til.

Der skal lyde en tak for indsatsen fra alle deltagere – herunder især tak til Comwell Rebild Bakker og Rebildhus for stor gæstfrihed i forbindelse med afholdelse af workshops og arbejds møder.

Formålet med strategi- og handlingsplanen er at skabe et fælles arbejdsdokument for alle aktører i det videre arbejde for at udvikle turismen i Rebild – Rold Skov området.

Strategi- og handlingsplanen er resultat af et udviklingsforløb, som har været finansieret Den Europæiske Fond for Regionaludvikling via Vækstforum og Visit Nordjylland.

I det halve år arbejdet har stået på, har deltagerne fået inspiration på workshops med oplæg om erfaringer og viden fra andre turistområder, fra investorer o. lign. Derudover har været afholdt en række lokale arbejds møder, hvor deltagerne i grupper har arbejdet med idéudvikling og konkretisering af vision, værdier, målsætninger og indsatsområder. Forløbet er blevet afsluttet med en konference den 29. februar 2012. Strategi- og handlingsplanen er afslutningsvis blevet behandlet og vedtaget af byrådet i marts 2012.

I samme periode har Rebild Kommune udarbejdet en erhvervs- og turismepolitik. Strategi- og handlingsplanen er en konkretisering af byrådets erhvervs- og turismepolitik inden for turisme.

Arbejdet har været faciliteret af COWI A/S (overordnede workshops) samt Bach & Kristensen Projekt (proceskonsulent ved lokale arbejds møder).

Byrådet, Rebild Kommune, april 2012.

Deltagere i projektet

Jørgen Pedersen, Rold Storkro
Vivi Schnefeld, Rebild Vandrerhjem
Jens Frederik Jensen, Safari Camping
Lars Kofoed, Rebild Kanoudlejning
Peter Schnefeld, Røverstuen
Lene Hjort, Rebildhus
Erik Eriksen, Top Karen
Niels Moes, Thingbæk Kalkminer
Lars Rigborg, Rute 180
Niels J. Østergaard, Spillemands-, Jagt og Skovbrugsmuseet
Hans Jørgen Pedersen, Rold Skov Adventure
Mette Bonderup, Comwell Rebild Bakker
Jane Andersen, Comwell Rebild Bakker
Ketty Bisgaard, Rebildselskabet
Hanne Vestergaard, Rebildselskabet
Helle Jørgensen, Stubhuset
Leif Lyngsø, Naturstyrelsen
Berit Hvidbjerg Christensen, VisitNordjylland
Uffe Westerberg, Rold Skov Natur- og Kulturcenter
Niels Larsen, Center HR & Projekt, Rebild Kommune
Bodil Christensen, VisitRebild, Rebild Kommune
Diverse medarbejdere, Rebild Kommune (ad hoc)
Karen Nygaard Kristensen, Bach & Kristensen Projekt (ekstern konsulent)

Strategi

Vision for turisme i Rebild - Rold Skov området er at vi vil udvikle:

Kvalitetsrige oplevelser og udfordringer på internationalt niveau

Værdier der skal kendetegne aktiviteter og tilbud i Rebild – Rold Skov området:

- Autentisk natur- og kulturmiljø
- Sundhed og sund livsstil
- Relationer og fællesskab
- Ro og fordybelse

Målsætning for udvikling af turismen i Rebild – Rold Skov området:

- Omsætning og beskæftigelse i turisterhvervet øges med 10% i perioden 2012-14

Med udgangspunkt i visionen og med afsæt i værdigrundlaget ligger strategiens aktiviteter inden for følgende syv **indsatsområder**:

- Branding, markedsføring og digitalisering
- Erhvervsturisme
- Infoportal Rebild – Rold Skov
- Regan Vest
- Store events
- Sundhed, adventure og natur
- God mad og lokale råvarer

Indsatsområderne er gensidigt afhængige af hinanden og skal derfor ikke ses isolerede. Seks af indsatsområderne beskæftiger sig med udvikling af de specifikke produkter og oplevelser, som turister kan få ved at vælge Rebild – Rold Skov området, mens det sidste indsatsområde 'Branding, markedsføring og digitalisering' går på tværs af de øvrige indsatsområder og samler indholdet i 'pakker' og 'den store fortælling'.

Målgrupper for turisme i Rebild – Rold Skov området ligger inden for de tre højst prioriterede generelt i Nordjylland:

- Meet Nordjylland (erhvervsturister)
- Det gode liv (voksne – par og grupper, børnefamilier)
- Sjov, leg og læring (voksne – par og grupper, børnefamilier)

Markeder. Cirka 42% af turismeforbruget (123 mio. kr.) ligger inden for forretningsrejser. De resterende 58% af turismeforbruget (167 mio. kr.) ligger inden for ferierejser, som fordeler sig med knap halvdelen fra danske turister og godt halvdelen fra udenlandske turister. Turismeforbruget fra danske forretningsrejser udgør sammen med turismeforbruget fra udenlandske ferieturister 214 mio. kr. hvilket svarer til næsten 74 % af det samlede turismeforbrug i området.

En kombination af danske erhvervsturister og udenlandske ferieturister vil være en hensigtsmæssig strategisk satsning i Rebild – Rold Skov området. De to målgrupper supplerer hinanden på en optimal måde, da markedet for udenlandske ferieturister primært ligger i sommermånederne, hvor erhvervsturismen har lavsæson. Der er desuden et internationalt udviklingspotentiale i Infoportalen/ Rebild Bakker og koldkrigsanlægget Regan Vest, som kan have en attraktionsværdi for udenlandske turister på ferie i Jylland.

Et tredje relevant segment er danske ferieturister på weekendophold og mindre ferier. De supplerer erhvervsturismen i weekends, helligdage samt skoleferier, hvor der er lavsæson. For yderligere oplysninger om turismens økonomiske betydning henvises til bilag 1.

Samlet set kan strategien illustreres som det ses på næste side.



Indsatsområde: Branding, markedsføring og digitalisering



Der er mange aktiviteter og tilbud i Rebild – Rold Skov området, som retter sig mod både turister og kommunens borgere. Mange aktører yder en stor indsats – det gælder både turistvirksomheder, kulturinstitutioner, frivillige foreninger, offentlige myndigheder, ildsjæle mv. En stor del af aktiviteterne hviler på en frivillig indsats. En naturlig følge af frivilligheden er, at det ikke er et kommercielt sigte, der driver de involverede. Motivationen ligger ofte i en dyb kærlighed til musikken, sporten, naturen, kulturhistorien eller lignende.

En række aktører driver hjemmesider med information om Rebild – Rold Skov området. Det gælder fx VisitRebild (www.visitrebild.dk), VisitMariagerfjord (www.visitmariagerfjord.dk) Rold Skov Natur- og Kulturcenter (www.roldskov.dk), Naturstyrelsen (www.nst.dk), Rebild Kommune på kulturområdet (www.kulturen.net) og Rute 180 (www.rute180.dk). Hertil kommer muligheden for at få information om Rebild – Rold Skov området på VisitRebilds kontor i Skørping. Flere af aktørerne arbejder på at udbygge de digitale informationsmuligheder, så turister vha. fx smartphones kan få information og guidning når de færdes i området. Der er således mange digitale indgange til information, hvilket bidrager til forvirring og uoverskuelighed blandt både turisterhverv og turister. Der er behov for at arbejde hen imod én samlet digital infoportal til Rebild – Rold Skov området.

Det er således målet at skabe en mere samlet synlighed og markedsføring af Rebild – Rold Skov området som ét brand og produkt og øge det kommercielle indhold i de aktiviteter der foregår. Det skal komme både erhvervslivet, lokalområdet og de frivillige foreninger til gode.

Formålet med indsatsområdet er at synliggøre Rebild – Rold Skov området som ét samlet brand for at fremme turisme, natur- og kulturliv, bosætning og erhvervsliv og dermed skabe meromsætning samt øget indtjening og beskæftigelse i turisterhverv og følgeerhverv. Midlet er et forpligtende samarbejde mellem relevante aktører, der kan medvirke til at professionalisere turismesamarbejdet.

Aktiviteter

- skabe én samlet digital informationsportal til Rebild – Rold Skov området (forankret i infoportal Rebild – Rold Skov)
- udvikle digitale løsninger til servicering af turister ude i området
- profilering af muligheder og events i området, fx via TV-spots
- visuel profil for Rebild – Rold Skov området
- koordinere aktørernes tilbud (pakkeprodukter)
- værtsskabs-/ kundskabskurser der kan forankre udviklingstiltagene hos bl.a. frontpersonalet
- 'kvalitetstjek' af aktørernes produkter og ydelser
- aktiv og opøgende salgs- og marketingsindsats

Målgrupper

- Erhvervsturister

- Voksne par og grupper
- Børnefamilier

Indsatsområde: Erhvervsturisme



Erhvervsturisme er et kerneområde for turisme i Rebild – Rold Skov området, og der er potentiale til vækst i årene fremover. Erhvervsturismen bidrager på nuværende tidspunkt med ca. 42 % af turisme-forbruget, hvilket gør det til områdets flagskib.

Erhvervsturisme i Rebild – Rold Skov området ligger markeds-mæssigt set i en niche med unikke og karakterfyldte mødesteder. Natur- og kulturmiljøet inspirerer deltagerne og er således et vigtigt led i værdiskabelsen. Denne niche bør fastholdes og udbygges fremover.

De største mødesæsoner er hverdage forår og efterår, mens højsæson inden for ferieturisme er skoleferierne, helligdage og weekends. Det giver gode muligheder for høj udnyttelse af de fysiske faciliteter og investeringerne heri ved en kombination af erhvervs- og ferieturisme. Symbiosen mellem erhvervs- og ferieturisme understøttes endvidere af en stadig stærkere tendens til, at erhvervsturister vender tilbage til området på et senere tidspunkt som ferieturister.

Det erhvervs-mæssige grundlag for erhvervsturisme i Rebild – Rold Skov området består i en kombination af udbydere inden for hotel, konference og bispisning samt af udbydere inden for teambuilding, oplevelser og adventure. Øget samarbejde på tværs af aktører udgør et potentiale for vækst i erhvervsturisme.

Formålet med indsatsområdet er at udvikle og markedsføre erhvervsturismeprodukter, der kan tiltrække et øget antal virksomhedsmøder, seminarer, events og konferencer til Rebild – Rold Skovområdet.

Aktiviteter

Produktudvikling:

- udvikle evne til aktiv sparring på kundens planlægning og koordinering af forretningsmøder
- mødeformer der øger videndeling, kreativitet, dialog, netværk og interaktion mellem deltagerne
- udvikle active learning processer, der understøtter kundens udbytte af mødearrangementet
- lokalhistorien brugt som aktiv del af læringen i og rammen om mødearrangementet.
- unikke sociale aktiviteter, der giver indsigt i og forståelse for lokalområdet

Markedsanalyse:

- konceptbaserede virksomhedsarrangementer til mellemstore virksomheder
- midtjyske og sjællandske mødearrangører
- nordjyske vidensmiljøer på sundhedsområdet (fx sygehusene, patientforeninger mv.)

Erhvervspartner-skaber:

- samarbejdsrelationer til det øvrige erhvervsliv – etablering af ambassadørkorps
- udviklingsnetværk, der skal styrke innovationsevne og sammenhængskraft i værdikæden

- forpligtende partnerskaber, der kan løfte opgaver med specifikke forretningsområder og koncepter

Indsatsområde: Infoportal – Rebild Bakker og Rold Skov



Der har i en årrække været arbejdet med at skabe Infoportal – Rebild Bakker og Rold Skov til gavn for de mange gæster i området. Formålet med infoportalen er at give de besøgende mulighed for på forhånd at skabe sig en ide om, hvad de ønsker at opleve på turen i bakkerne, skoven og til de øvrige attraktioner og aktiviteter der findes i området.

Det er forventningen at infoportalen bliver et arkitektonisk vartegn for området. Derudover skal portalen også skal rumme et overbevisende samlet formidlingskoncept. Målet er at fremstille mange tilsyneladende fragmenterede oplevelser under én paraply, der kan skabe et indtryk af samhørighed, forbindelse og være identitetsskabende for området. Portalen er ikke kun fysisk, men skal også binde stedet sammen virtuelt og mentalt.

Der har været gennemført en arkitekt- og formidlingskonkurrence i vinteren 2011/12 og der er fundet et vinderforslag udarbejdet af HP Byg a/s.

Efter afslutning af konkurrencen går projektet nu over i en fase, hvor projektets bygningsmæssige såvel som formidlingsmæssige indhold skal konkretiseres i et samarbejde mellem vinderteamet, Rebild Kommune og områdets mange aktører, som har interesse i projektet.

Formålet med indsatsområdet er således at konkretisere vinderkonceptet samt realisere byggeriet og det formidlingsmæssige koncept.

Aktiviteter

- fastlægge endelig udformning og projektere byggeriet
- udforme samlet formidlingskoncept i et samarbejde mellem relevante aktører
- gennemføre byggeriet
- etablere formidlingsdelen – fysisk og digitalt
- indvielse af bygningen

Målgrupper

- Erhvervsturister
- Voksne par og grupper
- Børnefamilier

Indsatsområde: Store events



Rebild – Rold Skov området huser i dag en række store årligt tilbagevendende events – fx Opera i bakkerne, Rebildfesten (4. juli), Rockfestivalen Aftryk, Giant 24 (mountainbikeløb) og Rebildløbet. Derudover er der events med skiftende indhold – fx Bardatræf, Post Danmark Rundt cykelløb, Ballet i bakkerne mv. Der er således en lang række aktører i området, som har viden, erfaringer og netværk, der muliggør planlægning og afvikling af store events. Og vi er kendt for vores events.

Grundlaget for den tilstedeværende viden og kompetence inden for de store events er et stærkt og varieret kulturliv med rod i en lang række frivillige foreninger, kommunens kulturhuse, Rebild Bibliotekerne, Rebild Kulturskole og Kinorevyen.

Formålet med indsatsområdet er at videreudvikle eksisterende events og udvikle nye.

Aktiviteter

- opbygge et robust samarbejde i et mere formaliseret og bæredygtigt privat-offentligt samarbejde, som kan understøtte udvikling og afvikling af større events og arrangementer
- bedre organisering af de frivillige foreningers indsats og pleje deres motivation for fortsat at bidrage – fx gennem fordelsprogrammer
- langsigtet finansieringsmodel på området
- øget beredskab til at kunne handle hurtigt på de muligheder der løbende viser sig
- udbygge de faste tekniske installationer i området

Målgrupper

Samlet set skal events i området byde på noget til alle områdets målgrupper:

- Erhvervsturister
- Voksne par og grupper
- Børnefamilier

Målgruppen vil dog være mere specifikt afgrænset til hver enkelt event.

Indsatsområde: Regan Vest



Rebild – Rold Skov området huser én af nyere tids bedst bevarede statshemmeligheder – atombunkeren Regan Vest (REgerings ANlæg VEST). Baggrunden for anlægget er Den Kolde Krig, som i perioden før opførelsen og i årene 1963-69, hvor anlægget blev bygget, var tæt på en 3. verdenskrig.

Regan Vest er speciel derved, at bunkeren er bygget til at være center for den civile og politiske krisestyring under et worst case scenario. Den militære, operative ledelse skulle foregå fra Bunker 7 ved Viborg.

Under 60 meter kalk har man bygget et sikringsanlæg i hjertet af Rold Skov, der skulle fungere som det sidste tilholdssted for de civile beslutningstagere, der udgjorde grundstammen i den danske nationalstat, i det tilfælde at atomkrigen skulle bryde ud.

Fra og med 2003 blev anlægget lagt i dvale, og der er kun blevet foretaget nødvendig vedligeholdelse frem til i dag. I 2010 udkom bogen 'Danmarks dybeste hemmelighed', som i detaljer beskriver anlægget – dog ikke følsomme tekniske oplysninger og nøjagtig placering. Siden har særlige grupper med tiltagende hyppighed fået fremvist anlægget. En større gruppe journalister var på besøg i november 2011, hvilket ses som et tegn på, at staten er i færd med at forberede en beslutning om at afhænde Regan Vest.

Det videre arbejde med projektet forudsætter, at staten – dvs. regeringens sikkerhedspolitiske udvalg og finanaudvalget – beslutter at Regan Vest skal afhændes til en institution eller offentlig organisation, der vil kunne etablere og drive et museums- og oplevelsescenter.

Formålet med indsatsområdet er at arbejde for at virkeliggøre en betydelig turistattraktion baseret på historien om Regan Vest og Den Kolde Krig. Projektet omfatter følgende to centrale elementer:

- Fysisk indretning af Regan Vest med 'fast udstilling' baseret på moderne formidlingsteknologi og muligheder for publikumsinvolverende aktiviteter.
- Etablering af en velkomstbygning over jorden i et partnerskab og samarbejde med naboen Rebildcentret – kalk, kilder og kunst. Velkomstbygningen skal fx rumme billetsalg, biograf, café, salg af merchandise mv.

Aktiviteter

- udarbejde forretningsplan, businesscase og projektbeskrivelse
- fundraising til etablering af besøgscenter
- etablere projektorganisation
- etablere driftsorganisation
- myndighedsbehandling af diverse forhold
- bygge velkomstbygning
- klargøring af Regan Vest til besøgende (fx modernisering af installationer og sikring af flugtveje)

Målgrupper

- Erhvervsturister
- Skoler og uddannelsesinstitutioner
- Militære foreninger
- Voksne par og grupper
- Børnefamilier

- planlægge og etablere formidlingen af anlægget
- salg og markedsføring

Indsatsområde: Sundhed, adventure og natur



Sundhed, motion, adventure og sund livsstil er dele af de grundlæggende værdier og visionen for udvikling af turismen i Rebild – Rold Skov området. Der er i dag en række faciliteter, aktiviteter og aktører i området, som kan indgå i udvikling af sundhedsturisme som én af områdets særlige kendetegn.

Men først og fremmest det den storslåede natur i området der udgør det største potentiale for udvikling af sundhedsturisme som en særlig del af identiteten i Rebild – Rold Skov området.

Formålet med indsatsområdet er således at sætte Rebild – Rold Skov på landkortet som et hot-spot inden for sundhed baseret på naturen som rum for motion og restitution. Midlet er at relevante aktører på området udbygger deres samarbejde og udarbejder en udviklingsplan for sundhedsturisme, der sætter en lang række initiativer ind i en koordineret indsats.

Aktiviteter

- Kursusvirksomhed – endags eller flerdags
- Ferie med fokus på sportsaktivitet
- Ferie med fokus på restitution og rehabilitering (kurophold, refugium)
- Konceptferie inspireret af TV programmer, fx by på skrump, nak og æd, vild med dans, BS og..... mv.
- Udvikle koncept egnet til TV-produktion
- Events med fokus på ekstremsport eller adventure races for forskellige grupper

Målgrupper

- Erhvervsturister
- Patientforeninger
- Voksne – individuelt, par og grupper

Indsatsområde: God mad og lokale råvarer



God mad, lokale råvarer og kulinariske oplevelser er en del af DNA'et i Rebild – Rold Skov området. Temaet indgår således som en af hjørnestene i en stor del af turismeprodukterne i området.

Her er i dag en koncentration af restauranter og spisesteder – herunder overnatningssteder med bespisning, og der er en række lokale råvareproducenter i Himmerland. Endelig rummer naturen i området gode muligheder for høst af fx bær, urter, svampe og vildt.

Formålet med indsatsområdet er at sætte Rebild/ Rold Skov på landkortet som et kulinarisk gastronomisk hot-spot baseret på det gode liv, det nordiske køkken og lokale råvarer. Midlet er at relevante aktører på området udbygger deres samarbejde og udarbejder en kulinarisk udviklingsplan, der sætter en lang række initiativer ind i en koordineret indsats.

Aktiviteter




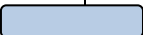



- Kulinariske events
- Madfestival (som i tivoli - lidt á lá marked)
- Kulinarisk sommerhøjskole
- Netværk af lokale fødevarerproducenter
- Rold Skov Kogebog
- Fiskerestaurant og delikatessebutik i Rebild Centret
- Kødproduktion fra dyr der indgår i naturplejen
- Kød fra kronvildt og vildsvin i området
- Picnic kurve

Målgrupper

- Erhvervsturister
- Voksne par og grupper
- Børnefamilier

Tids- og handlingsplan

Opgaverne udføres i perioden 2012-14. Nedenfor vises forslag til tids- og handlingsplan.

År Måned	2012 Mart s	2012 April	2012 Maj	2012 Juni	2012 Juli	resten af 2012, 2013, 2014
Fase 1 Supplere igangsatte arbejdsgrupper og videreføre arbejdet med de syv indsatsområder						
Fase 2 Politisk behandling af strategi- og handlingsplan i byrådet med henblik på vedtagelse						
Fase 3 Etablere ny kommunal organisering på erhvervs- og turismeområdet						
Fase 4 Udarbejde projektansøgning med beskrivelse af opgaver, tidsplan og budget. Søge finansiering til at ansætte en projektkoordinator i en tre-årig periode						
Fase 4 Organisering af turisterhvervet fx i et netværk eller en forening						
Fase 6 Hverve medlemmer og sponsorater til finansiering af projektkoordinator						
Fase 6 Ansætte projektkoordinator						

Bilag 1

Viden om turisme og turismens økonomiske betydning i Rebild Kommune

Generelle turistprofiler¹

Det anslåede besøgstal for Rebild-området er 450.000 gæster om året. Kundesegmenternes profiler i Rebild Bakker er primært følgende:

- Voksne 40+ uden børn – de 'unge gamle' – for hvem naturen i samspil med gode gastronomiske oplevelser er centrale rejsemotiver. Store krav til kvalitet og service. 57 % af endagsturisterne er over 40 år, og 72 % af de overnattende hotelgæster er over 50 år.
- Erhvervsturister med et døgnforbrug, der typisk er 5 gange højere end den almindelige ferieturist. Der er synergi i forhold til ferieturisme, da erhvervsturister ofte vender tilbage med familier og venner.
- Børnefamilier. 58% af endagsturisterne er på besøg som familie med små og større børn. 27% af hotelgæsterne er familier med børn.

Det samlede turismetilbud appellerer primært til de 40+ årige, der søger 'det gode liv' og erhvervsturisterne, der har stort set samme krav til kvalitet og service, og som lægger vægt på kombinationen af attraktive naturområder og god mad. Børnefamilier besøger i mindre grad Rebild som overnattende gæster, da udbuddet af oplevelser og aktiviteter til denne målgruppe er begrænset.

Døgnforbrug²

Døgnforbruget for turister hænger nøje sammen med overnatningsformen. Hotelgæster har det højeste døgnforbrug på gennemsnitligt 1050 kr./ døgn, vandrerhjemsgæster bruger 750 kr. i døgnnet, mens campister ligger på et døgnforbrug på 260 kr. Det gennemsnitlige døgnforbrug i Rebild – Rold Skov området ligger på 922 kr. Det høje døgnforbrug indikerer, at vægten af erhvervsturister og hotelgæster er tung, hvilket også er tilfældet. Cirka halvdelen af de overnattende gæster i Rebild – Rold Skov området er hotelgæster, og 40% af omsætningen kommer fra erhvervskunder.

Kerneoplevelsen³

Ser man på oplevelsesprofilen for Rebild, er kerneoplevelsen natur, aktiviteter med familien og nydelselementer med fokus på god mad og vin. Rebild tilbyder 'the simple life' med afstressning, menneskelige relationer og kulturlandskabet som vigtige elementer.

Turisterne efterspørger i stigende grad historiefortælling og publikumsinvolvering. Aktører, lokalbefolkningen og turisterne peger på behov for bla. flere oplevelser af æstetisk, læringsmæssig og nydelsesmæssig karakter under temaet 'småt er godt'. Der er behov for udvikling af udfordrende aktiviteter, der kan stimulere de besøgende og fastholde deres interesse for området.

¹ Infoportal – Rebild Bakker og Rold Skov, Dansk Bygningsarv a/s, kapitel 8

² Infoportal – Rebild Bakker og Rold Skov, Dansk Bygningsarv a/s, kapitel 8

³ Infoportal – Rebild Bakker og Rold Skov, Dansk Bygningsarv a/s, kapitel 8

Tabel 1 Turismeforbrug fordelt på markeder. 2008

Kilde: Turisme satellit regnskab 2008, VisitDenmark

	Mio. kr.	%
I alt	290	100
Danmark	193	67
Udlændinge i alt	97	33
Tyskland	30	10
Norge	35	12
Sverige	12	4
Storbritannien	4	2
USA	4	1
Canada	3	1
Holland	1	0
Frankrig	1	0
Øvrige lande	7	3

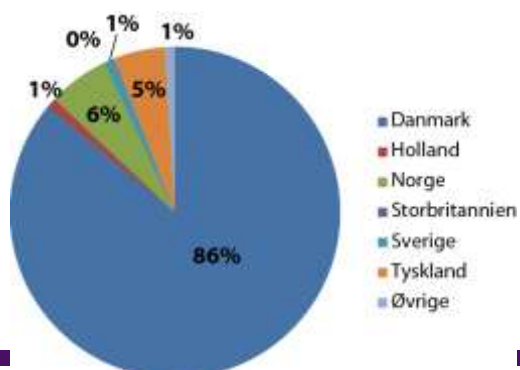
To tredjedele af turismeforbruget kommer fra danske turister, mens en tredjedel kommer fra udenlandske turister. De to største grupper af udenlandske turister er tyskere og nordmænd, hvis turismeomsætning udgør to tredjedele af alle udlændinges turismeomsætning i Rebild Kommune.

Tabel 2 Turismeforbrug fordelt på formål og Danmark/udland. 2008

Kilde: Turisme satellit regnskab 2008, VisitDenmark

	I alt	Danmark	Udland
Forretningsrejser			
Mio. kr.	123	120	3
%	100	98	2
Ferierejser			
Mio. kr.	167	73	94
%	100	44	56
I alt			
Mio. kr.	290	193	97
%	100	67	33

Cirka 42% af turismeforbruget ligger inden for forretningsrejser, hvilket svarer til andelen for Danmark generelt. Det er næsten udelukkende danske turister, der tager på forretningsrejse i Rebild Kommune. De resterende 58% af turismeforbruget ligger inden for ferierejser, som fordeler sig med knap halvdelen fra danske turister og godt halvdelen fra udenlandske turister. Turismeforbruget fra danske forretningsrejser udgør sammen med turismeforbruget fra udenlandske ferieturister 214 mio. kr. hvilket svarer til næsten 74 % af det samlede turismeforbrug i området.


Figur 1 Ferieturisme. Overnatninger fordelt på nationalitet.

Kilde: Turisme satellit regnskab 2008, VisitDenmark

Ser man på ferieturisme alene udgør over 85 % af overnatningerne danske turister, mens de resterende knap 14 % udgøres af udenlandske turister. Turismeforbruget inden for ferieturisme er 73 mio. kr. fra danske turister og 94 mio. kr. fra udenlandske turister. Det betyder, at under 14 % af overnatningerne inden for ferieturisme bidrager med 56 % af ferieturisternes forbrug. Turismeforbruget for en udenlandsk ferieturist er således langt større end for en dansk ferieturist. En del af forklaringen herpå er formentlig, at der er en stor del af de danske overnatninger, der sker hos familie og venner i området, jf. tabel 4.

En kombination af danske erhvervsturister og udenlandske ferieturister vil således være en hensigtsmæssig strategisk satsning i Rebild – Rold Skov området. De to målgrupper supplerer hinanden på en optimal måde, da markedet for udenlandske ferieturister primært ligger i sommermånederne, hvor erhvervsturismen har lavsæson. Dette understøttes af, at der er et internationalt udviklingspotentiale i Infoportalen/ Rebild Bakker og koldkrigsanlægget Regan Vest, som kan have en attraktionsværdi for udenlandske turister på ferie i Jylland.

En tredje relevant målgruppe er danske ferieturister på weekendophold og mindre ferier. De supplerer erhvervsturismen i weekends, helligdage samt skoleferier, hvor der er lavsæson.

Tabel 3 Turisme fordelt på overnatning/ endagsturisme samt formål. 2008

Kilde: Turisme satellit regnskab 2008, VisitDenmark

	<i>I alt</i>	<i>Forretningsrejser</i>	<i>Ferierejser</i>
Overnattende gæster			
Mio. kr.	195	69	126
% af samlet turismeforbrug	67	24	43
Endagsturister			
Mio. kr.	95	54	41
% af samlet turismeforbrug	33	19	14
I alt			
Mio. kr.	290	123	167
% af samlet turismeforbrug	100	42	58

To tredjedele af turismeforbruget kommer fra overnattende gæster, mens en tredjedel kommer fra endagsturister. 43% af turismeforbruget kommer fra overnattende ferieturister mens 24% kommer fra overnattende forretningsturister.

Tabel 4 Turismeforbrug fordelt på overnatningsformer. 2008

Kilde: Turisme satellit regnskab 2008, VisitDenmark

	Mio. kr.	%
Kommercielle	116	40
Hotel – ferie	35	12
Hotel – forretning	69	24
Camping	7	2
Vandrerhjem	1	0
Lejet feriehus	3	1
Bondegårde	1	0
Ikke kommercielle	174	60
Eget feriehus	2	1
Lånt sommerhus	1	0
Familie/ venner	77	26
Endagsturister – ferie	41	14
Endagsturister – forretning	54	19
I alt	290	100

40% af turismeforbruget kommer fra kommercielle overnatningsformer. Heraf fylder hotelovernatninger i forbindelse med forretningsrejser 60%, mens hotelovernatninger i forbindelse med ferierejser fylder 30%. De resterende 10% er fordelt på camping, lejet feriehus, vandrerhjem og bondegårde.

60% af turismeforbruget kommer fra ikke kommercielle overnatningsformer. Heraf fylder endagsturister lidt over halvdelen mens familie og venner stort set udgør resten.

Tabel 5 Turismeforbrug fordelt på produkter. 2008

Kilde: Turisme satellit regnskab 2008, VisitDenmark

	Mio. kr.	%
Turismeprodukter	210	72
Overnatning	63	22
Restaurant	35	12
Transport	72	25
Rejse-service	39	13
Kultur og forlystelser	2	1
Detailhandel	59	20
Føde- og drikkevarer samt tobak	27	9
Benzin og andet brændstof	16	6
Andet	16	6
Andre produkter	21	7
I alt	290	100

Næsten tre fjerdedele af turismeforbruget hidrører fra køb af egentlige turismeprodukter som overnatning, restaurant, transport mv. Den meget store andel af turismeforbruget på de typiske turismeprodukter hænger naturligt sammen med den store andel forretningsrejsende Rebild Kommune har. 20% af turismeforbruget hidrører fra køb af detailhandelsvarer.