

## Opsamling fra Turismedialogmøde med turismeerhvervets aktører 24. april 2023

Dialogmødet blev indledt med en præsentation af Rebild Kommunes fremtidige muligheder inden for turismen forestået af borgmester Jesper Greth – herunder med fokus på de forskellige muligheder for destinationssamarbejde. Efterfølgende var der drøftelser i mindre grupper, hvor turismeerhvervets aktører samt politikere skulle drøfte seks forskellige spørgsmål. Nedenstående er en opsamling af de mange input fra mødet.

### 1. Hvad kendetegner turismen i Rebild – hvad er særligt unikt, og hvor har vi særlige potentialer?

#### **Unikt og meget kendt brand**

Rebild som brand rækker langt ud over landets grænser – og er ikke opfundet af et reklamebureau. Det er kendt og ganske unikt, og de fleste kan i større eller mindre grad relatere til Rebild.

#### **Naturen som omdrejningspunkt**

Det fælles udgangspunkt for Rebild er naturen herunder Rebild Bakker, den uforstyrrede og vilde Rold Skov, og der er ingen tvivl om, at naturturismen i disse år er i fremgang.

#### **Stort eventudbud**

Det er kendetegnende for Rebild, at der er et meget stort udbud af events. Det er noget, der prioriteres, og det er ofte naturen, der danner rammen om de mange events, der understøttes af Rebildporten.

### 2. Hvad skal vi være opmærksomme på, hvis vi skal gentænke turismearbejdet?

#### **Fokus på forretningsudvikling**

Som udgangspunkt skal vi have fokus på, at vi har et unikt produkt og er attraktive at få med ind i et større turismearbejde. Det skal således være en opgradering at gå ind i et turismearbejde. I den forbindelse skal der være opmærksomhed på, at det ikke må skabe skævvridning at gå ind i et turismesamarbejde. Der skal være fokus på forretningsudvikling og omsætning ude ved aktørerne. Vi skal gå ind i de partnerskaber, som skaber merværdi for Rebild som turistattraktion.

#### **Bevare nærhed og kontakt**

Det er vigtigt at bevare den nærhed og personlige betjening, der er i RebildPorten. Det bliver "koldt" hvis RebildPorten bliver en selvbetjeningsportal.

#### **Fokus på Rebilds centrale fyrtårne som bærende elementer i et gentænkt turismearbejde**

Rebildporten er et centralt fyrtårn og beliggende midt i kommunen. Det bør være en central del af et gentænkt turismearbejde, fordi det er et informationshus, som er et aktiv for både turister og erhvervet. Det er ikke givet, at kommunens centrale fyrtårne også vil få en central plads i et destinationssamarbejde.

### **3. Hvilke understøttende funktioner skaber mest værdi for udviklingen af turismen (RebildPorten, destinationsfunktion)?**

#### **En håndholdt indsats fra start til slut**

Det har skabt stor værdi for aktørerne, at de i Rebildporten har haft mulighed for at blive understøttet fra start til slut – ved eksempelvis eventplanlægning og afvikling af events. De oplever, at der har givet stor værdi, at medarbejderne i Rebildporten kender mulighederne for samarbejde i kommunen.

#### **Markedsføring – og fælles markedsføring**

Markedsføringsindsatser har høj værdi for aktørerne. I den forbindelse kunne flere også se et potentiale i en fælles markedsføringsindsats på tværs af kommuner som værende særligt fremmende for udviklingen af turismen.

#### **Muskler og volumen**

Der er ingen tvivl om, at jo større organisation jo længere vil man også kunne nå ud – og her var der fra turismeerhvervets side enighed om, at det alt andet lige vil have en betydning at indgå i en større organisation, hvor der også vil være mulighed for at nå ud til endnu flere mulige samarbejdspartnere og turister – nationalt såvel som internationalt.

### **4. Hvad kan vi absolut ikke undvære – og hvad vil vi ikke give afkald på?**

#### **Rebildporten**

Generelt enighed om, at Rebildporten skal besvares i sin nuværende form og er oplagt som en central placering af et turistkontor – også i et destinationssamarbejde. Samtidig vurderes det, at der er behov for den personlige betjening over for turisterne og samtidig ønsker turismeerhvervet ikke at give afkald på den videndeling og det kompetenceløft, Rebildporten bidrager med.

#### **Helårsturisme og events**

Det er vigtigt, at der fortsat er fokus på helårsturisme, ligesom i dag. En stor del af helårsturisme handler også om de mange events, der i dag er i Rebild Kommune. Der er blandt turismeerhvervets aktører et stort ønske om at opretholde det høje niveau af events, som i dag understøttes af Rebildporten.

### **5. Ser I noget, der med fordel kan udvikles i et destinationssamarbejde?**

#### **Større økonomi giver flere muligheder**

En af fordelene ved at indgå i et destinationssamarbejde er, at der vil være en større samlet økonomi ift. markedsføring, større fokus på forskellige målgrupper inklusiv muligheden for et større internationalt samarbejde, bedre samkøring af platforme og en ressourceoptimering i og med, at færre skal opfinde den dybe tallerken. I destinationssamarbejde kan man lave nogle flere betalende pakker, der går på tværs af kommuner.

### **Andre muligheder når det ikke er kommunalt drevet**

RebildPorten er en kommunal enhed i dag. Ift samarbejde med erhvervet er der barrierer, når det er kommunalt. Destinationselskaberne har andre og flere muligheder, fordi de er kommercielle organisationer. Det giver blandt andet også nogle muligheder for at sælge ydelser til aktørerne, så de kan få endnu mere ud af samarbejdet med organisationen.

### **Fokus på bredt samarbejde**

For turismeaktørerne var det vigtigt, at der er fokus på samarbejde på tværs af destinationer. For eksempel er det relevant at samarbejde om erhvervsturisme imod Aalborg. Og derudover bør samarbejde også tænkes endnu længere ud – til Skandinavien og Visit Denmark

### **6. Hvad er jeres vurdering af den fremtidige turisme i Rebild, bør vi tænke i Destination Samarbejde eller fortsætte som for nuværende - hvad ser I som fordele/ulemper ?**

Generelt var der blandt aktørerne ikke modstand mod at snakke om destinationssamarbejde. Der blev dog stillet spørgsmål ved, hvilken vej man skal kigge, og hvor hurtigt det bør gå.

Derudover samarbejder mange af de tilstedeværende aktører allerede bredt med de to destinationsselskaber og har forskellige erfaringer ind i det samarbejde. Stor opmærksomhed på det "guldæg" vi sidder på i Rebild

#### **Fordele:**

- Vi mister ikke vores egne turister eller identitet ved et samarbejde. Rebild vil stadig stå stærkt, på kultur og unikke natur.
- Kompetencerne kan samles på forskellige destinationer i et samarbejde. Eks. erhvervsturisme, digitalisering, markedsføring, events, en kritisk masse der kan servicere mm.

#### **Ulemper:**

- Hvis vi ikke kan fastholde medarbejderne, kan værdifuld viden gå tabt.
- Økonomi med Himmerland kan være en ulempe
- Det kan være usikkert at give afkald på noget man ved hvad er, og gå ind i noget, hvor man ikke endnu kender det fulde potentiale.
- Der er ikke klarhed over, hvad der skal ske med Rebildporten i et evt. destinationssamarbejde