

Resultatkontrakt 2024-2026

mellem Destination Himmerland, Vesthimmerlands Kommune og Mariagerfjord Kommune

Aftalens parter

Nærværende kontrakt indgås mellem:

Destination Himmerland

Løgstørvej 14
9600 Aars
Cvr-nr. 41010975
Telefon: 70271377
info@destinationhimmerland.dk

og

Mariagerfjord Kommune

Nordre Kajgade 1
9500 Hobro
CVR-nr.: 29189455
EAN-nr.: 5798004230619
Telefon: 9711 3000
E-mail: raadhus@mariagerfjord.dk

Vesthimmerlands Kommune

Vestre Boulevard 7
9600 Aars
CVR-nr.: 29189471
EAN-nr.: 5798004131640
Telefon: 9666 7000
E-mail: post@vesthimmerland.dk

Kontraktperiode

Nærværende kontrakt har virkning fra 1. april 2024 og udløber den 28. februar 2026.

Formål

Kontrakten har til formål at regulere forholdet mellem aftalens parter vedrørende vækst og udvikling i turismeerhvervet jf. Lov om Erhvervsfremme.

Endvidere har kontrakten til formål at sikre, at den tværkommunale turismefremmeindsats gennemføres under hensyntagen til kommunernes strategier og politikker. Med denne kontrakt er Destination Himmerland tildelt en operatørrolle med varetagelse af udvikling, koordinering og markedsføring af turismen i Mariagerfjord Kommune og Vesthimmerlands Kommune med det formål at opnå en sammenhængende og bæredygtig turistdestination på højt internationalt niveau.

Destination Himmerland forpligtiges til at udarbejde en flerårig strategi, med afsæt i målsætning og kerneindsatsområder i nærværende resultatkontrakt. Strategien bør ligeledes leve op til nationale og regionale målsætninger på turismeområdet. Der vil blive udarbejdet en ny strategi af Destination Himmerlands bestyrelse og direktion i løbet af 2024. Strategien godkendes af Destination Himmerlands bestyrelse og fremsendes derefter til orientering til kommunernes Økonomiudvalg. Strategien følges op af en handleplan, som årligt udarbejdes af Destination Himmerland, hvor de konkrete og målrettede indsatsområder fastlægges.

Overordnet strategisk ramme

Den overordnede strategiske ramme for turismeindsatsen er at bidrage til øget kendskab til destinationen samt øget lokal omsætning, der bidrager til arbejdspladser og øger områdets attraktivitet for både gæster og borgere.

Konkret er forventningen, at Destination Himmerland arbejder for destinationens konkurrenceevne på markedet og understøtter væksten i antal kommercielle overnatninger, der som minimum bør følge landsgennemsnittet, der i 2022 var 12 % i forhold til 2019.

Herudover har kommunerne en forventning om, at Destination Himmerland bidrager til at realisere de turismerelaterede mål, som er fastlagt på baggrund af tre pejlemærker i Den Nationale Turismestrategi for perioden 2022-2030. I skemaet herunder er de tre nationale pejlemærker og tilhørende målsætninger oplistet og sammenholdt med Destination Himmerlands bidrag og status ift. de nationale målsætninger:

Målsætninger og status	
Den Nationale Turismestrategis målsætninger 2030	Status for Destination Himmerlands arbejde med de nationale målsætninger
<i>Grønne og bæredygtige løsninger med mindre miljø- og klimaaftryk</i>	
Alle offentlige turismeorganisationer skal være bæredygtighedscertificeret.	Destination Himmerland er certificeret Green Tourism Organisation ved HORESTA.
70 pct. af alle overnatningssteder i Danmark skal være bæredygtighedscertificerede.	Destination Himmerland bidrager til målsætningen, aktuelt med projektet Next Step Himmerland.

Danmark skal ligge nummer 1 blandt landene i Nordeuropa i forhold til turisternes vurdering af landet som et miljøvenligt rejsemål.	Destination Himmerland bidrager til målsætningen, aktuelt med projektet Next Step Himmerland.
<i>Flere turister med et større turismeforbrug (i Danmark)</i>	
Turismeomsætningen i Danmark skal nå 190 mia. kr. i 2030.	Destinationens turismeomsætning var i 2021 1.949 mio. kr. og bør stige som følge af øgede kommercielle overnatninger. Destinationens målsætning er som minimum at bibeholde samme markedsandel (1,65%) af den nationale turismeomsætning i 2030 svarende til 3.132 mio. kr. I 2021 var der i Danmark 120.257 turismeskabte årsværk. Heraf havde Destination Himmerland 1.973 svarende til 1,64%. Destinationens målsætning er at bibeholde samme procentmæssige andel af de turismeskabte årsværk på landsplan.
Dansk turisme skal runde 72 mio. overnatninger i 2030.	Destinationen havde 956.000 kommercielle overnatninger i 2022. Destinationens målsætning er som minimum at bibeholde samme markedsandel (1,5%) af overnatninger i 2030 svarende til 1.080.000 overnatninger.
Antallet af overnatninger uden for højsæsonen (juli og august) skal udgøre 2/3 dele af overnatninger i 2030.	Antallet af overnatninger uden for højsæsonen (juli og august) skal udgøre 2/3 dele af destinationens overnatninger i 2030 svarende til 720.000 overnatninger. I 2022 var antallet af overnatninger uden for højsæsonen 578.292 svarende til 61%.
<i>Tilfredse turister, borgere og medarbejdere</i>	
Danmark skal ligge i top 3 blandt landene i Nordeuropa, når det gælder de udenlandske turisternes overordnede tilfredshed med ferieoplevelsen i landet.	Destination Himmerland har fokus på kompetenceudvikling af aktører, der bidrager til gæstetilfredsheden ved bl.a. at fokusere på at imødekomme de udenlandske turisternes behov til f.eks. sprog og digitalisering. Der arbejdes aktuelt med en forbedring af gæsteserviceindsatsen i gæsteserviceprojektet "Tilbage til Fremtiden".
Borgernes overordnede opfattelse af turismens betydning som positiv for det danske samfund øges.	Destination Himmerland stræber efter en lokal forankret turismeudvikling, som bidrager til lokalmiljøet og destinationens attraktivitet som bosætningssted.
Mindst 80 pct. af medarbejderne i turismeerhvervet skal være tilfredse med deres job som helhed.	Destination Himmerland har fokus på at understøtte lokale turismeaktører og deres virksomheder via sparring og henvisning til erhvervsfremmesystemet, så

	turismevirksomhederne både udvikler sig som robuste forretninger og gode arbejdspladser.
--	--

Målsætning og kerneindsatsområder

Destination Himmerland udfører turismeopgaven indenfor den økonomiske ramme i nærværende resultatkontrakt og med udgangspunkt i nedenstående kerneindsatsområder. Det er en grundlæggende forudsætning, at Destination Himmerland arbejder ud fra en ambitiøs, fokuseret strategi og handlingsplan, der tager udgangspunkt i følgende målsætninger og kerneindsatsområder.

Destination Himmerlands rolle i turismeudviklingen i Himmerland

Destinationsselskabet er:

- en specialiseret og professionel samarbejdspartner for kommunerne og for områdets turismeerhverv, der går forrest i udviklingen af turismeerhvervet i de to kommuner
- en synlig og stærk brobygger til andre turismedestinationer og turismeorganisationer, som sikrer et samarbejde om at tiltrække flere gæster og øge kendskabsgraden til området
- helhedsorienteret og sikrer en sammenhængende oplevelse for områdets gæster gennem samarbejde og servicering af turismeerhvervet, samarbejdspartnere og områdets gæster
- ressource og vidensbank for partnere samt inspirere og sikre den viden og det grundlag, som turismeerhvervet skal bruge for at skabe udvikling, forbedringer og gode oplevelser for områdets gæster
- tovholder og initiativtager for indsatser vedrørende kvalitetsudvikling, bæredygtig og digitalisering blandt områdets turismeerhverv og generelle turismeudvikling
- øge antallet af besøgende qua en fokuseret og professionel markedsføringsindsats på tværs af området
- innovativ og have fokus på at skabe synlige resultater.

Konkret arbejder Destination Himmerland med følgende fire kerneindsatsområder:

1. Strategisk destinationsudvikling

Strategisk destinationsudvikling har som formål at skabe en sammenhængende destination, hvor Destination Himmerland og stærke erhvervsaktører i tæt samarbejde løfter destinationen til et stadigt højere niveau. Det strategiske arbejde har til formål at udvikle et bredt produktudbud funderet i områdets autentiske aktivitets- og oplevelsesmuligheder gennem nært samarbejde og i fællesskab med destinations turisme- og erhvervsaktører. Denne udvikling vil også indirekte øge destinations attraktivitet som bosætningsområde.

Destination Himmerlands overordnede strategiske rolle vil derfor være at skabe synergier og udvikling i destinationen, der er med til at skabe de bedste rammer for vækst og udvikling for turismeerhvervet til glæde og gavn for både gæster og lokalbefolkning. Dertil vil destinationen udvise fagligt engagement og agere professionel sparringspartner for turismeerhvervet samt for det politiske niveau i de to kommuner i turismefaglige spørgsmål.

I nærværende kontraktperiode forventes Destination Himmerland at have følgende fokusområder:

- Styrke samarbejdet og turismeudviklingen i regi af "Udviklingsplan for Jyllands Østkyst" med Destination Nord og VisitAarhus.
- Udarbejde en fælles strategi for udviklingen af turismen i destinationen.
- Facilitere netværk på tværs af partnere/turismevirksomheder, der danner baggrund for nye fælles turismeprodukter og samarbejder.
- Sikre løbende udarbejdelse af analytisk materiale, der kan ligge til grund for turismemæssige beslutninger.
- Sikre, at der sker innovativ projektudvikling, og at der ansøges om ekstern finansiering til udvikling og realisering af nye projekter.
- Arbejde for at området er attraktivt for investeringer og nye investorer.
- Iværksætte og understøtte digital og databaseret destinationsudvikling hos de enkelte turismevirksomheder med udgangspunkt i den nye fælles dataplatform fra Visit Denmark.
- Fortsætte samarbejdet med de andre destinationer omkring udvikling og indsatser relateret til Hærvejen.
- Forløse det potentiale og de muligheder, som er tilknyttet UNESCO-certificeringen af ringborgene Fyrkat og Aggersborg.

2. Produkt- og forretningsudvikling

Produkt- og forretningsudvikling har fokus på at løfte turismeerhvervet og produktudbuddet igennem udviklings- og kompetenceforløb iværksat af Destination Himmerland. Dette gøres ved, at destinationen varetager en tæt dialog med og sikrer netværksdannelser mellem turismeinteressenter i de to ejerkommuner (landsbyerne, kulturinstitutioner, outdoor, handel- og turistforeninger, kysterne, campingpladserne mv.).

I nærværende kontraktperiode forventes Destination Himmerland at have følgende fokusområder:

- Arbejde for, at der sker en udvidelse og en opgradering af områdets overnatningskapacitet.
- Sikre opkvalificering af turismeerhvervet i forhold til gæsteservice og produktudvikling.
- Understøtte digitale opgraderingsaktiviteter hos de enkelte aktører/partnere.
- Understøtte de enkelte aktører med at blive certificeret / miljømærket.
- Gennemføre udviklings- og kompetenceforløb rettet mod turismeerhvervet.
- Rådgive turismeerhvervet og formidle kontakt til det lokale og regionale erhvervsfremmesystem.
- Arbejde for udvikling af nye og eksisterende turismeprodukter af høj kvalitet med det formål at øge virksomhedernes omsætning og tiltrækning af flere gæster til området.

3. Markedsføring

Markedsføringsindsatsens centrale kerneopgave er formidlingen af Destination Himmerland målrettet det danske marked samt de internationale markeder. Destination Himmerland fokuserer udelukkende på nærmarkederne Tyskland, Holland, Sverige og Norge. Internationale kampagner køres igennem Visit Denmark og andre partnere med nært kendskab til disse markeder. Ligeledes

udarbejdes samarbejdsaftaler med Visit Denmark relateret til indsatser og aktiviteter på de internationale markeder. Et årshjul for markedsføring og online kampagner sætter retningen for arbejdet på det danske marked med fokus på formidlingen af Destination Himmerlands kernefortælling. Dette skal være med til at tiltrække flere turister til området og øge områdets tiltrækningskraft for både gæster og nye borgere.

I nærværende kontraktperiode forventes Destination Himmerland at have følgende fokusområder:

- Sikre øget branding, synlighed og kendskab til destinationen nationalt og internationalt for at opnå større markedsandele samt understøtte en stigning i andelen af danske og udenlandske overnatninger.
- Være det koordinerende og udførende turismemarkedsføringsorgan.
- Leverer højt specialiseret og professionel markedsføring med udgangspunkt i områdets turismemæssige styrkepositioner.
- Tilbyde annoncering og forskellige markedsføringstiltag til destinationens partnere.
- Tiltrække flere gæster og segmenter til området samt understøtte en højere indtjening hos erhvervet.
- Være åben for samarbejde på tværs af destinationer for en international positionering.

4. Gæsteservice

Gæsteservice er formidling af og inspiration til oplevelser og produkter over for turisterne, når de fysisk er på besøg i destinationen. Målet er at anspore dem til at bevæge sig mest muligt rundt til turisterhverv, detailhandel, attraktioner og events, så de får de oplevelser, der er relevante for dem, og så de ansøres til at bruge flere penge under deres ophold i destinationen. Det øger døgnforbruget for gæsten og bidrager til lokal omsætning og arbejdspladser.

Formidlingsopgaven har gennem de sidste 20 år ændret sig, og data viser, at den klassiske formidling gennem fysiske turistinformationer ikke længere er tidssvarende. Det er derfor nødvendigt at gentænke gæsteservicekonceptet for at kunne løfte opgaven på tilfredsstillende vis. Destination Himmerland skal derfor revurdere gæsteservicekonceptet, så det er tidssvarende og relevant for morgendagens turister. Dette indbefatter, at turisten mødes i øjenhøjde digitalt såvel som fysisk, og turistens behov forstås, hvilket bidrager til en større gæstetilfredshed og meromsætning.

I nærværende kontraktperiode forventes Destination Himmerland at have følgende fokusområder:

- Gentænke og videreudvikle (potentielt forny) gæsteservicekonceptet med de forhåndenværende ressourcer.
- Sikre målrettet og værdifuld formidling placeret fysisk strategiske steder, der gør det nemt og enkelt for gæsten at finde information og blive inspireret til oplevelser i Himmerland.
- Leverer gæsteservice på relevante digitale platforme, hvor gæsterne befinder sig og efterspørger information.
- Sikre, at turismeerhvervet er klædt på til at servicere gæsterne gennem kompetenceudvikling og udarbejdelse af fysisk informationsmateriale, hvor dette måtte blive skønnet relevant.
- Sikre at aktører kan yde et højt serviceniveau og sende gæsterne rundt i hele destinationen.
- Sikre, at gæsteservice og vejvisning i højere grad tænkes sammen med kommunernes fysiske planlægning og drift.

Samarbejdet

Destination Himmerland udfører turismefremmeopgaven inden for den økonomiske ramme og med udgangspunkt i de oplistede målsætninger og kerneindsatsområderne. Kommunerne forventer en forsat servicering (vejledning, kompetenceudvikling af erhvervet, deltagelse i udviklingsprojekter mv.) af samtlige af kommunernes turismevirksomheder. Yderligere kan turismevirksomheder med et partnerskab som minimum forvente digital visning på destinationsselskabets hjemmeside og andre digitale platforme (eksempelvis appløsninger).

Destination Himmerland forventes at sikre lokal forankring og samarbejde med de lokale turistforeninger, handelsforeninger og turismevirksomheder. Herudover kan turismevirksomheder og kulturinstitutioner tilbydes tilkøb af partnerskaber eksempelvis for at få adgang til større synlighed og markedsføringsindsatser. Valg af partnerskabstype vil være afgørende for, hvilken service og ydelser Destination Himmerland kan tilbyde de enkelte virksomheder og institutioner. Dertil er det muligt for de enkelte partnere at tilkøbe en særlig fokuseret indsats eller opgaver på lokalt niveau, disse tilkøbes til markedspris.

Destinationsselskabet forpligtes til at holde et årligt informationsmøde for alle virksomheder og andre, der arbejder med eller har interesse for turisme.

Resultatkontrakten udarbejdes af kommunerne i samarbejde med Destination Himmerland og godkendes af de to kommuners byråd. Derudover kan repræsentanter fra destinationsselskabet deltage i årlige udvalgsmøder eller temamøder i de to kommuner. Samarbejdet optimeres yderligere ved afholdelse af minimum to årlige møder mellem destinationsdirektøren og relevante administrative kommunale medarbejdere, med det formål at sikre gensidig koordinering af indsatser samt drøfte planmæssige og driftsmæssige spørgsmål. Destination Himmerland skal arbejde tæt sammen med de to kommuners erhvervskontorer for at sikre de bedste betingelser for udvikling af turismeerhvervet og formidling af eksisterende erhvervsfremmemidler/tilbud.

Økonomi

Destination Himmerland vil få tildelt kommunale midler jf. vedtægterne. Derudover er Destination Himmerland ansvarlig for at søge eksterne midler og tilskud til aktiviteter hos f.eks. Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse (DEB) og andre fonde. Ansøgning om eksterne midler kan efter anmodning ske i et samarbejde med kommunerne.

De to medlemskommuner yder et vedtægtsbestemt kontingent på 62 kr. pr. indbygger, som prisreguleres hvert år med den årlige ændring i den kommunale fremskrivningsprocent. Dette sker første gang d. 1.1.2022. Foruden det vedtægtsbestemte kontingent på 62 kr. pr. indbygger i de to medlemskommuner udbetales yderligere et markedsføringsbidrag på 4 kr. pr. indbygger, som ikke prisfremskrives.

For 2024 fordeler tilskuddet fra de enkelte kommuner sig således:

	Kontingent	Markedsføringsbidrag
Mariagerfjord Kommune	2.820.822 kr.	167.508 kr.
Vesthimmerlands Kommune	2.442.934 kr.	145.068 kr.

Retslige forhold m.v.

Det er Destination Himmerlands opgave at sikre, at kommunens bidrag anvendes inden for lovgivningen og kommunalfuldmagtens rammer, og at der sker årlig opfølgning på resultatkontrakten.

UDKAST

Kommunerne forbeholder sig ret til at føre tilsyn med at kommunernes tilskud anvendes i overensstemmelse med lovgivningen og kommunalfuldmagts rammer. Kommunerne er forpligtet til at føre kontrol hermed og kan forlange enhver oplysning i forbindelse hermed.

Nærværende aftale har virkning fra tidspunktet for godkendelse i det to Byråd. Kontrakten evalueres primo 2026. Destination Himmerland tager initiativ til afholdelse af evaluering. Ny kontrakt drøftes primo 2026 og behandles politisk i første kvartal 2026.

Underskrifter

Dato:

Jane Andersen, bestyrelsesformand Destination
Himmerland

Mogens Jespersen, borgmester Mariagerfjord
Kommune

Per Bach Laursen, borgmester Vesthimmerlands
Kommune