

BÆREDYGTIGHEDSSTRATEGI MEGET MERE END BARE TURISME 2.0

2024-2030



DESTINATION NORD



MÅL FOR ØKONOMISK IMPACT

FLERE SÆSONUDLIGNENDE JOBS I TURISMEN

Objective	Indicator	Target	Action Plan
Holde flere ansatte beskæftiget hele året rundt inden for turismen.	Øge antallet af ansatte, som beholder jobbet i turistbranchen året rundt.	Øge antallet af personer i helårsjob i turismebranchen med 20 % inden slutningen af 2026.	Lave en analyse af antal helårsbeskæftigede (årsværk) i sæsoner pr. CVR-nummer evt. via *Tøbbe. Det kan være et højt antal, hvis der analyseres på hele året, men lavt hvis det måles i lavsæsonen. Sætte fokus på at fremme antallet af lokale oplevelser og aktiviteter også uden for sæson, så der tiltrækkes turister året rundt og dermed sikres helsæson-ansættelser. Tiltrække flere konferencer, møder og events til byen, som kan skabe behov for beskæftigelse i møde- og eventplanlægning, hospitality og serviceindustri-erne. Jo flere overnatninger, jo større er behovet for ansatte inden for turismebranchen. Som et udtryk for dét udregner vi GINI-koefficienten for overnatningstallet, hvilket giver et billede af hvorledes belægningen fordeler sig henover året. Med et klart billede af dette har vi et godt udgangspunkt for at skabe sæsonudligning i destinationen.



MÅL FOR ØKONOMISK IMPACT

STYRKET LEGACY I FORBINDELSE MED KONFERENCER OG STORE MØDER

Objective	Indicator	Target	Action Plan
Skabe positive effekter på lokalsamfundet (erhvervsvirksomheder) i forbindelse med internationale konferencer og store møder til fordel for deltagerne, erhvervsvirksomheder og lokalbefolkningen.	Øge antallet af besøg samt antallet af virksomheder, der stiller op til virksomhedsbesøg, i forbindelse med internationale konferencer, store møder og delegationer i byen.	Øge antallet af besøg med 20 % samt antallet af virksomheder, der stiller op til virksomhedsbesøg, med 20 % i forbindelse med internationale konferencer, store møder og delegationer i byen inden slutningen af 2026.	Undersøge hvor mange virksomheder, der tager imod besøgende i forbindelse med store møder og konferencer til fx en rundvisning, så vi sætter en baseline. Analysere hvor mange besøg hver virksomhed tager imod og mulighederne for at øge antallet. Arbejde målrettet med at synliggøre de positive effekter ved 1) besøg 2) flere besøg pr. virksomhed – fx styrket vidensoverførsel, styrket talenttiltrækning, udvidet netværk og samarbejde, øget profilering af virksomhedens løsninger og kompetencer.



MÅL FOR ØKONOMISK IMPACT

ØGE SAMLET KØBSVÆRDI HOS LOKALE LEVERANDØRER

Objective	Indicator	Target	Action Plan
Øget samlet købsværdi hos lokale leverandører / detailhandelen, så lokalområdets arbejdspladser og de autentiske aspekter af lokalsamfundet bl.a. lokale ressourcer, kultur og viden, bevares.	Øge andelen af råvarer, som købes fra lokale leverandører, hos hver enkelt turistaktør samt den samlede procentuelle købsværdi hos lokale leverandører blandt turistvirksomheder (råvarer, driftprodukter, services).	Øge turistaktørernes samlede købsværdi hos lokale leverandører med 10 % inden slutningen af 2026.	Analysere af samlet købsværdi på lokale råvarer hos turismens aktører og benchmarke den i forhold til den samlede indkøbsværdi pr. aktør. Inspirere turistaktørerne til at arbejde med værdikæder og leverandørsammensætningen til fordel for lokale leverandører. Synliggøre fordelene ved at handle lokalt. Inspirere aktørerne til at udarbejde indkøbspolitikker med fokus på øget andel/volumen af lokale varer (fx max radius 50 km).



MÅL FOR GRØN IMPACT

STYRKET GRØN OMSTILLING I VIRKSOMHEDERNE

Objective	Indicator	Target	Action Plan
Reduceret CO2-aftryk på overnatningssteder via bæredygtigheds-certificeringer jf. "National strategi for bæredygtig vækst i dansk turisme".	Øge antallet af bæredygtigheds-certificerede overnatningssteder.	Øge antallet af bæredygtighedscertificerede overnatningssteder med 70 % inden slutningen af 2030.	Definere en baseline, videndeling om bæredygtighedscertificering med miljøfokus, lancering af puljer der incentiverer til at gennemgå en certificering, synliggørelse af fordelene ved en bæredygtighedscertificering via SoMe, cases om virksomheder, der har opnået fordele ved at være bæredygtighedscertificeret.



MÅL FOR GRØN IMPACT

STØRRE GRAD AF REGENERATIV TURISME

Objective	Indicator	Target	Action Plan
Styrkelse af grøn mobilitet.	Flere leisure-turister vælger offentlig transport, cykel eller gang på destinationen.	Øge antallet af turister på hotel, der vælger offentlig transport, cykel eller gang som transportform på destinationen med 20 % før slutningen af 2026.	<p>Lave en analyse af leisure-turisternes nuværende transportvaner fx i forbindelse med bospisning, når de er på hotelferie for at sætte en baseline.</p> <p>Highlighte fordelene ved at bevæge sig rundt i destinationen via grøn mobilitet. Vores destination har en god infrastruktur, så det er nemt for leisure-turister at lade bilen stå.</p>



MÅL FOR GRØN IMPACT

BEDRE UDNYTTELSE AF GRØNNE TEKNOLOGIER.

Objective	Indicator	Target	Action Plan
Styrkelse af turistaktørernes viden om og kompetencer i at anvende nye teknologier.	Flere turistaktører indkøber og benytter teknologi til at fremme den bæredygtige omstilling i deres virksomheder.	Øge indkøb og brugen af grønne teknologier hos turismens aktører i arbejdet med at reducere CO2-aftrykket med 20 % før slutningen af 2026.	Lave en analyse af aktørernes nuværende kendskab til grønne teknologier og udarbejde en baseline. Præsentere aktørerne for teknologierne via netværks- og dialogmøder samt introducere aktørerne for Erhvervshusenes tilskudspuljer. Understøtte aktørerne i indkøb, implementering og brugen af teknologierne. Opdatering af aktørerne via LinkedIn og i netværk om effekten ved styrket brug. Monitorere effekten af teknologierne.



MÅL FOR SOCIAL IMPACT

INKLUDERENDE ARBEJDSPLADSER

Objective	Indicator	Target	Action Plan
Skabe inkluderende arbejdspladser for mennesker med forskellige behov og muligheder og sikre, at de stedbundne ressourcer forbliver i området.	Øge antallet af mennesker på kanten af arbejdsmarkedet, som er ansat i turismeindustrien.	Øge antallet af personer på kanten af arbejdsmarkedet i job i turismebranchen med 20 % inden slutningen af 2026.	Lave en analyse af antallet af sårbare personer ansat i turismebranchen og udarbejde en baseline. Introducere aktørerne for UN Global Compacts 10 principper samt fordelene ved at øge antallet af ansatte med begrænsende forhold via netværks- og dialogmøder. Opfordre virksomhederne til at fremme inklusion og mangfoldighed på arbejdspladsen. Lancere viden, der hjælper med at sætte fokus på fordelene ved at fremme uddannelse og opkvalificering af arbejdsstyrken. Dette kan give folk på kanten af arbejdsmarkedet adgang til nødvendige færdigheder og viden for at forbedre deres beskæftigelsesmuligheder. Tilskynde virksomhederne til at skabe jobmuligheder, der er tilgængelige for forskellige grupper. Opfordre virksomhederne til at fremme ansvarlige forsyningskæder.



MÅL FOR SOCIAL IMPACT

SKABE STÆRKERE LOKALE FÆLLESSKABER

Objective	Indicator	Target	Action Plan
Styrke lokalt forankrede og autentiske festivaler, events og andre aktiviteter, så de både kommer de lokale miljøer og turisterne til gavn.	Øge antallet af turister, der deltager side om side med lokalbefolkningen i lokalt arrangerede i festivalaktiviteter.	Øge antallet af turister, der deltager i udvalgte aktiviteter, der er arrangeret lokalt med 20 % inden slutningen af 2026.	Lave en analyse af antallet af turister, der deltager i udvalgte aktiviteter fx Aalborg Regatta, Familiedag i Kilden, Klimafest i Kilden, m.fl. så der kan udarbejdes en baseline. Synliggøre fordelene for turisterne ved at deltage i arrangementerne og hjælpe de lokale med at se fordelene i at invitere turisterne med til aktiviteterne. Gøre det nemmere for turisterne at deltage – ved fx at sikre et internationalt sprog.



MÅL FOR SOCIAL IMPACT

SIKRE HØJ JOBTILFREDSHED I TURISMEJOBS

Objective	Indicator	Target	Action Plan
Turismen skal bidrage til det omkringliggende samfund, og medarbejderne i turismeerhvervet skal have en høj jobtilfredshed, så det er nemmere at tiltrække dygtigt talent og beholde de eksisterende medarbejdere.	Øge jobtilfredsheden i turismeerhvervet.	Øge jobtilfredsheden blandt medarbejderne i turismeerhvervet med 15 % inden slutningen af 2026.	Lave en analyse af jobtilfredsheden blandt medarbejdere i turismeindustrien og sætte en baseline. Synliggøre de positive effekter ved styrket fokus på medarbejder-tilfredshed. Introducere værktøjer, der hjælper turistaktører med at øge jobtilfredsheden blandt medarbejderne. Måle effekten af indsatsen.