

---

## Aftale mellem Turistforeningen for Randers og Omegn (VisitRanders) og Randers Kommune 2009/10

---

### 1. Formål

Aftalen har til formål at:

- Synliggøre og præcisere samarbejdsrelationerne mellem Turistforeningen og Randers Kommune.
- Synliggøre Turistforeningens ydelser og serviceniveau i forhold til de midler, som Byrådet stiller til rådighed.
- Synliggøre mål for udviklingsretningen.

Aftalen skal være omdrejningspunkt for en regelmæssig dialog mellem Kultur- og Fritidsudvalget og Turistforeningen om det aktuelle og fremtidige service- og ressourceniveau samt for udviklingen af området.

Aftalen skal ligeledes sikre en sammenhæng mellem Byrådets visioner, Erhvervspolitikken og Turistforeningens strategier og handlingsplaner, som vedtages af bestyrelsen for Turistforeningen for Randers og Omegn.

### 2. Politiske visioner mål og krav

Som en selvstændig forening med driftstilskud fra Randers Kommune og generalforsamlingsvalgt bestyrelse arbejder Turistforeningen med både de politiske mål og krav og med de mål og krav, der fastsættes af bestyrelsen i samarbejde med Turistforeningens samarbejdspartnere og medlemmer.

Randers Kommune understøtter arbejdet i henhold til "Lov om Erhvervsfremme". I lovgrundlaget for erhvervsudvikling for kommuner såvel som regioner nævnes turisme som eneste specifikke indsatsområde. Der søges derfor en sammenhæng mellem indsatserne på det kommunale og det regionale niveau.

På alle områder tilstræbes størst mulig synergi og sammenhæng mellem mål og indsats på det politiske/kommunale niveau og de private turismeaktørers.

## 2.1 Målgrupper

Turistforeningens målgrupper:

**Borgere og turister:** generel information om områdets og landets oplevelser indenfor kultur, natur, overnatning, transport, historie, begivenheder, praktiske informationer m.v.

**Lokale turismeaktører:** samarbejde, netværk, relevant brancheinformation, statistik, udviklingstendenser, markedsføring. Antal: ca. 75 virksomheder

**Medlemmer af Foreningen:** nyhedsbreve, medlemsfordele, generalforsamling. Antal i 2008: 219

**Turoperatører/rejsebranche:** opbygning af netværk, afsætningskanaler, kommunikation om produktrelevante nyheder. (Danmark, Norge, Sverige, Tyskland, Holland)

**Pressen:** Pressemeddelelser, pressebesøg. (Danmark, Norge, Sverige, Tyskland)

## 2.2 Vision

Grundlaget for samarbejdsaftalen er erhvervspolitikken for Randers Kommune – på vej mod Randers 2016.

Indenfor de rammer og den retning som Erhvervspolitikken og Integreret Destinationsudvikling for Randers skitserer, formulerer VisitRanders sin fremtidige vision og strategi for turismeudviklingen i Randers.

Herudover, er det vores vision, at styrke VisitRanders' position som det naturlige omdrejningspunkt i samspillet mellem de private aktører og mellem det private og det offentlige.

Vi skal være Kommunens og Regionens naturlige samtale- og høringspartner i turistrelaterede spørgsmål.

Dette vil blive fundamentet for de fremtidige beslutninger i Byrådet og i Turistforeningens bestyrelse.

## 2.3 Erhvervspolitik for Randers Kommune

Der er i Erhvervspolitikken et indsatsområde vedr. turisme, ligesom turisme er en integreret del af erhvervspolitikken øvrige områder, f.eks. netværk, udvikling på landet, kompetenceudvikling m.v. I beskrivelsen af fundamentet for erhvervspolitikken fremføres det, at bl.a. Turistforeningen har et særligt ansvar for implementeringen af erhvervspolitikken.

I hovedtræk er der nævnt følgende helt eller delvist turismerelaterede initiativer:

Strategisk udvikling af turisterhvervet – Sæsonudvidelse - Oplevelsescenter for egnsrelaterede fødevarer - Program for ildsjæle – Netværk - Planet Randers - Oplevelser på landet – Erhverv på landet – Bosætning.

Byråd, relevante turismeaktører og Turistforeningen har et særligt ansvar for implementeringen og udmøntningen af Erhvervspolitikken. Det er Randers Kommunes forpligtelse at tage initiativ til at sikre størst mulig synergi mellem erhvervspolitikens indsatsområder.

### **3 Præsentation af Turistforeningen for Randers og Omegn – VisitRanders**

Turistforeningen er overordnet set i en meget positiv udvikling: tilgang af samarbejdspartnere og medlemmer, stabil projektportefølje og sund økonomi. I sommeren 2008 skiftede Turistforeningen navn og adresse. Dermed signalerede vi, at vi tager hul på en ny æra i turismen i Randers, og opererer ud fra en tidssvarende platform.

Turistforeningen for Randers og Omegn er en selvstændig forening med en generalforsamlingsvalgt bestyrelse samt 1 byrådsudpeget medlem (Viceborgmester Berner Nielsen). Turistforeningen modtager et tilskud fra Randers Kommune. For tilskuddet driver Turistforeningen Turistbureauet med den service og de kvalitetskrav, der er defineret i autorisationen af grønne I-bureauer i Danmark. Herudover arbejdes der projektorienteret med projektfinansiering.

Der er p.t. 3.75 ansatte. Hertil kommer ad hoc 1 ansat i job med løntilskud og praktikanter fra de videregående uddannelser.

Turistforeningens overordnede opgaver er:

- Markedsføring og profilering af Randers

Image/brandingkampagner, kortferieophold, tematurisme og erhvervssturisme

- Turistrelevant information og service overfor gæster, borgere og b-to-b

Drift af autoriseret grønt I-bureau 12-15.000 besøgende årligt, Guide Danmark, drift af Info-stander på Østervold, kendskabsture for frontmedarbejdere, rådgivning til turismeaktører om turismerelevante spørgsmål, kvalitetsmærkning bl.a. Fishing Denmark, betjening af grupperejser, rejsebureauer, transportselskaber, erhvervsvirksomheder, presse

- Iværksætte, rådgive og gennemføre udviklingsprojekter

VisitRanders deltager aktivt i flere udviklingsprojekter. Nogle projekter inviteres vi til at deltage i, andre tager vi initiativ til. Se afsnit 6.3 vedr. udvikling

Turistforeningens medlemmer: Turistforeningen har en pæn nettotilgang af medlemmer. I 2004 var der 147 medlemmer og d.å. har vi registreret 219 medlemmer. Fra at være en folkelig bevægelse med en stor andel af private medlemmer er Foreningen i dag stærkt repræsenteret af erhvervsvirksomheder. Kontingentet er relativt lavt, idet det prioriteres højere, at virksomhederne finansierer aktiviteter.

Årsberetning: Turistforeningen laver en skriftlig årsberetning.

Samarbejdspartnere: lokale turismeaktører, den professionelle rejsebranche i DK og i udlandet, pressen, borgerne, lokale organisationer, politikere, embedsmænd på det lokale og regionale niveau, regionale og nationale turismeselskaber m.m.

Repræsentationer i flg. Netværk, bestyrelser, fora m.v.:

- Randers Handelsråd, Bygningsbevaringsudvalg (under teknisk udvalg), Fonden til bevarelse af gamle huse i Randers, Facadeudvalget, Chefgruppen i Kulturel Forvaltning, Eventsekretariatets styregruppe, Foreningen af Danske Turistchefer (formand), Fishing Denmark (formand), bestyrelsen for Aktiv Danmark, Regional koordineringsgruppe (nedsat af Midtjysk Turisme), diverse regionale udviklingsprojekter, International Rejseklub – SKÅL, ROTARY, Julegruppe (nedsat af Handelsrådet), bestyrelsen Niels Ebbesen Foreningen, ad hoc – grupper i forbindelse med kommunale tænketanke.

## 4 Opfølgning og afrapportering

Samarbejdsaftalen har både en mundtlig og en skriftlig opfølgning.

Der afholdes løbende opfølgning gennem regelmæssige møder mellem Kulturdirektøren og Turistchefen. Endvidere deltager turistchefen i regelmæssige møder med kommunaldirektøren og erhvervsdirektøren. Endvidere afholdes årlige dialogmøder med Kultur- og Fritidsudvalget.

Afrapportering sker for kalenderåret og afleveres ved regnskabsaflæggelsen og Turistforeningens godkendte årsberetning første gang for forår 2009.

For en evaluering 2007-08 se venligst bilag I.

## 5 Økonomi

Turistforeningen modtager et årligt driftstilskud fra Randers Kommune.

Driftstilskuddet fra Randers Kommune udgør i 2009 kr. 2.551.000 plus årlig prisfremskrivning i 2010 og 2011. Heri er indeholdt kr. 583.000 til markedsføring og kr. 100.000 til velkomstmapper til deltagere i årsmøder (VIP-velkomst), stævner m.m. Den samlede egenfinansiering er på kr. 1.956.000.

Udover driftstilskuddet er der projekter i forbindelse med udmøntningen af erhvervspolitikken, der kræver særlig finansiering. Se afsnit 6.3 vedr. udviklingsprojekter.

Byrådet har fra og med 2009 bevilget et øget driftstilskud på kr. 300.000. VisitRanders ønsker i den forbindelse at lægge flest mulige ressourcer i et øget synligt aktivitetsniveau, herunder deltagelse i "Liv på Torvet" i samspil med detailhandlen.

## Oversigt over Turistforeningens økonomi:

Budget (eks. Moms)	2009					
Driftstilskud Randers Kommune	2.551.000	inkl. Markedsføringsbidrag og VIP				
Eksterne indtægtskilder:1)						
markedsføring	1.250.000					
projekter	581.000	Landsby Randers, Gudenå, Fjordens og Kystens dag.				
nettoprovenu diverse salg	50.000	Omsætning: 300.000				
medlemskaber	80.000					
	4.512.000					
Estimeret projektilskud til udviklingsprojekterne	725.000	Integreret destinationsudvikling, turisters mobilitet, Turismens dag, Frk. Jensens Madhus Gudenåen/Randers Fjord				

1) f.eks. LAGRanders, Friluftsrådet, Midtjysk Turisme, 6 Gudenåkommuner, Norddjurs Kommune

## 6. Opgaver og udviklingsmål for aftaleperioden

VisitRanders og Randers Kommune arbejder tæt sammen i løsningen af udviklingsopgaver indenfor turisme. Ligeledes kræver en stor del af de servicemæssige opgaver en god dialog og gensidig forståelse for at opnå optimale løsninger. Det er vigtigt at fortsætte og styrke dette samarbejde fremover.

Turistforeningens samlede aktiviteter opdeles i 3 hovedområder:

- Service (information og service overfor byens gæster og borgere)
- Markedsføring
- Udvikling

Som en naturlig konsekvens vil der i forlængelse af projekt "Integreret Destinationsudvikling for Randers" blive vurderet og prioriteret på alle områder, ligesom der i forbindelse med den øvrige erhvervsudvikling vil blive løbende koordineret.

Der vil i forbindelse med det øgede driftstilskud blive fokuseret mere på målrettede udviklingsaktiviteter.

Det vil af følgende tabel fremgå, hvilke udviklingsaktiviteter vi gennemfører både inden for service, markedsføring og nye udviklingsområder.

Projekt	Erhvervs-politik		Mål	Finansiering	
	Ja	nej		RK	anden
<b>DRIFT</b>					
1) Værtsskab		x	Udvikling af serviceniveauet. Forlænge besøgsvarigheden. Fremtidig Turistinformation. Udvikle "ambassadører", der arbejder for byen.		x
<b>MARKEDSFØRING</b>					
2) Har du hørt, at--- kampagnen Øget profilering/branding af Randers.		x	Skabe synergi mellem de markedsføringsindsatser, som gennemføres fra byens store aktører <ul style="list-style-type: none"> <li>• Understøtte bosætningspolitikken</li> <li>• Understøtte erhvervspolitikken</li> <li>• Øge kendskabsgraden til Randers som en hel by/kommune i Danmark</li> </ul>		X
3) Turismens dag (foråret 2009)		x	Skabe synlighed på ferie- og fritidsoplevelser og på turisme som erhverv i samarbejde med turismens aktører.		x
<b>UDVIKLING</b>					
4) Erhvervsturisme		x	Øge omsætningen Øge samarbejde mellem relevante aktører	x	x
5) Integreret Destinationsudvikling	X		At formulere en helhedsplan for turismeudviklingen i Randers. Projektafslutning jan/feb. 09 Udmøntning af planens konkrete handlingsanvisninger	X	
6) Gudenåen/Randers Fjord	X		At udnytte udviklingspotentialiet på og ved "det blå bånd" i forhold til natur og kulturoplevelser	x	x
7) Turisters mobilitet i Randers Kommune	X		At forlænge besøgsvarigheden og dermed omsætningen. Endvidere sikre totaloplevelsen af Randers og derved opbygge en imagekapital (gode ambassadører)	X	x
8) Landsbyer i Randers	X		Profilering af seværdige landsbyer i Randers Kommune		X
9) Frk. Jensen – fødevareoplevelser	X		Oplevelser på landet. Synergi mellem by og land. Profilering af Randers oplevelser	x	x

## 6.1. Service og drift af VisitRanders (turistinformation)

Drift af service- og informationskontor. I de repræsentative lokaler på Rådhusstorvet 4 skabes det bedst mulige udstillingsvindue for oplevelser i Randers, - både overfor byens gæster og kommunens borgere. Her findes information om kultur, natur, sport, overnatning, gastronomi, transport m.m. Turistkontoret er et autoriseret I-bureau, hvilket betyder at vi arbejder efter kvalitetsstandarder, defineret af et nationalt Autorisationsudvalg: (åbningstid, sprogfærdigheder, hjemmeside, repræsentativ database over alle relevante turistinformationer på min. 3 sprog etc.).

Endvidere driver VisitRanders Info-standeren på Østervold. Standeren står udendørs og er således tilgængelig døgnet rundt. VisitRanders arbejder kontinuerligt på i samarbejde med frontmedarbejdere at sætte fokus på viden om vores område og god service.

### Overordnede mål:

- At fastholde og videreudvikle et neutralt og professionelt service- og informationsniveau om alle ferie- og fritidstilbud i al kommunikation (face-to-face, web, print m.v.)
- Fortsat at yde et godt værtskab sammen med alle turismeaktørerne. VisitRanders går foran med viden og værktøjer
- [www.visitranders.com](http://www.visitranders.com) skal være den foretrukne hjemmeside, når man søger oplevelses- og fritidstilbud som turist og borger.
- At øge omsætningen på salgsaktiviteter fra VisitRanders

### Målopfylde:

Salgsaktiviteter:	stigning på 2-5 %
Antal besøgende:	stigning på 10-20 % på Turistbureauet
	stigning på 20-25 % på <a href="http://www.visitranders.com">www.visitranders.com</a>

### Midler til målopfylde:

**AD 1) Værtsskab:** Bureauets medarbejdere deltager i i.t.-netværk samt Danske Værter - certificeringsprogram. Projektet involverer endvidere frontpersonale og andre nøglepersoner, der er i kontakt med turister før, under og efter et besøg. Synergi med projekt "Øget profilering".

**Endvidere deltagelse i i.t.-optimeringskurser og øget fokusering på udvikling af hjemmeside og andre elektroniske kanaler.**

## 6.2 Markedsføring

I samarbejde med turismeaktørerne i Randers udarbejdes strategier og handlingsplan for markedsføringen af Randers. Jf. koordineret markedsføringsplan for Randers som turistmål. Der arbejdes på 3 hovedområder:

- Endagsturisme
- Weekend- og miniferieophold
- Aktiv ferie

Der evalueres og justeres løbende inden for 3-årige rammeaftaler. Der er nedsat en styregruppe med repræsentanter fra erhvervet, der afholder regelmæssige møder. Hertil kommer et stort antal kontaktmøder med den enkelte samarbejdspartner, ligesom der holdes temamøder, hvor der fokuseres på specifikke interesseområder (wellness, lystfiskeri) etc.

### Overordnede mål:

- At øge kendskabsgraden til Randers
- At øge antallet af overnatninger og besøgende (attraktioner, detailhandel, aktiviteter, kultur og sport)
- At styrke det interne samarbejde m.h.p. størst mulig synergi
- At styrke og udvikle markeds- og segmentkendskab

### Målopfyldelse:

Omsætning: vækst på 2-5 % på direkte turismerelateret omsætning i byen og 5-10 % inkl. afledt omsætning. Jf. Line-modellen og specifik omsætningsanalyse på basis af satellitregnskab fra DS.

Kendskab: kendskabsgraden til Randers skal stige med 5-10%. I f.t. Imageanalyse 2006

Besøgsvarighed: at øge besøgsvarigheden samt finde analysemetode til måling

### Midler til målopfyldelse:

Ad 2) Profilkampagnen "Har du hørt, at i Randers..." videreføres og intensiveres med flere samarbejdspartnere. Projektet har synergi med ambassadør- og værtsskabsindsatsen.

Ad 3) Turismens Dag. Dagen bringer fokus på turisme i offentligheden og styrker det interne netværk blandt turismeaktører.

Gennemførelse af koordineret markedsføring af Randers som turistmål.

## 6.3 Udviklingsprojekter

VisitRanders er det naturlige omdrejningspunkt for udviklingsprojekter, der kan markedsføre og positionere Randers i forhold til andre primært danske byer. Vi fokuserer på kompetencer inden for udvikling af turistmål, markedsføring (branding/profilering), indgår i relevante netværk, tager initiativ til/bliver opfordret til at være tovholder/projektleder på forskellige projekter.

I forbindelse med det øgede driftstilskud fra 2009 fokuseres der målrettet på en "Øget profilering/branding af Randers" uden for Randers' nærområde. VisitRanders tilrettelægger, gennemfører og evaluerer kampagnerne, ligesom det er VisitRanders's ansvar sammen med samarbejdspartnerne at finde nye kampagnepartnere.

De følgende projekter er enten beskrevet i Erhvervspolitikken for Randers Kommune eller er en logisk konsekvens af den igangsatte strategiudviklingsproces. Projekternes gennemførelse kræver yderligere finansiering, idet det ligger uden for VisitRanders' givne økonomiske rammer.

**Ad 4) Erhvervsturisme.** - Der er i dag intet formaliseret samarbejde vedr. tiltrækning af årsmøder, firmamøder, kurser m.v. Fra flere nøgleaktører er tilkendegivet en interesse for en koordineret indsats. VisitRanders tager initiativ til at etablere et samarbejde om at formulere en fælles indsats.

**Ad 5) Integreret Destinationsudvikling.** – 2. fase af strategiudviklingsprojektet Integreret Destinationsudvikling forventes afsluttet feb. 2009. Herefter vil der være tilvejebragt viden, en helhedsplan for turismeudvikling i Randers og en række ideer. Mange turismeaktører har involveret sig i udviklingsarbejdet. Der må forventes behov for udmøntning af dele af helhedsplanen.

**Ad 6) Gudenåen/Randers Fjord.** - En fortsættelse af udviklingsarbejdet med udnyttelse af turismepotentialet på og ved "det blå bånd" i forhold til natur- og kulturoplevelser. Fase 1 er profilering og synliggørelse af eksisterende tilbud. Parallelt hermed understøttes og iværksættes nye tiltag.

På regionalt niveau arbejdes der med temaet med VisitRanders som tovholder. Denne del finansieres af de 7 Gudenåkommuner. Der er således indledt et samarbejde vedr. den del af kulturaftalen, der vedrører en Gudenåmarch.

**Ad 7) Turisters mobilitet i Randers Kommune.** - Det er det overordnede mål at forlænge besøgsvarigheden og dermed turismeomsætningen. Endvidere at sikre en totaloplevelse, hvor besøget i Randers Regnskov suppleres med et besøg i øvrige attraktioner, i naturen, Randers Storcenter eller City. Projektet har følgende elementer: publikumskanalisering, synlighed, ambassadører, synliggørelse af oplevelser overfor turisten, information m.v. Endvidere ønskes udviklet en metode til analyse af besøgsvarigheden.

**Ad 8) Landsbyer i Randers.** - I omegnen af Randers findes mange landsbyer. Hver landsby har sin historie, arkitektur, kirke, slot m.v. I samarbejde med LAG Randers, som har givet økonomisk tilskud og med Friluftsrådet, som ligeledes har bevilget et tilskud, udarbejdes profilerings- og kortmateriale.

**Ad 9) Frk. Jensens Madhus.** - Madoplevelser spiller i dag en væsentlig rolle, også når det gælder valg af ferie. Med udgangspunkt i Frk. Jensen udvikles et oplevelseskoncept, hvor mad er omdrejningspunktet. Mad, oplevelse og markedsføring af Randers er nøglebegreberne for VisitRanders' motivation for at igangsætte projektet. Fase 1 afsluttes primo 2009 med en afdækning og sondering af mulighederne. Denne

fase er finansieret af Midtjysk Turisme og VisitRanders. Det videre forløb kræver ekstraordinær finansiering.

De enkelte udviklingsprojekter gennemføres i samarbejde med de relevante partnere. Der knyttes projektbudget til de enkelte projekter, ligesom der kan udarbejdes tidsplaner for de enkelte projekter.

Projektforløbet evalueres løbende af Turistforeningens bestyrelse og af projektpartnerne.

Randers den / - 2009

Turistforeningen for Randers og Omegn

Formand Søren Vognsen

---

Randers den / - 2009

Randers Kommune

Borgmester Henning Jensen Nyhuus

---

## Bilag I

### I Opfølgning og afrapportering på samarbejdsaftale 2007-08

Samarbejdsaftalen har både en mundtlig og en skriftlig opfølgning.

Der afholdes løbende opfølgning gennem regelmæssige møder mellem Kulturdirektøren og Turistchefen. Endvidere deltager turistchefen i regelmæssige møder med kommunaldirektøren og erhvervsdirektøren.

#### I.a Kortfattet status på samarbejdsaftalen 2007-08

Samarbejdsaftalen var den første formelle aftale mellem Randers Kommune og Turistforeningen. Der forligger således ingen beskrivelse af parametre og metoder til beskrivelse af målopfyldelse. Der gives i det følgende en kortfattet overordnet status på de beskrevne udviklingsaktiviteter.

Turistforeningen er i perioden flyttet til ny central beliggenhed hvor både turister og borgere naturligt færdes. Derudover har Turistforeningen ændret navnet fra Randers Turistbureau til VisitRanders samt bevaret den hidtidige struktur. Byrådet har med virkning fra 2009 øget Turistforeningens driftstilskud med kr. 300.000.

#### I.a.1 Masterplan for Turismeudvikling langs Gudenåen og Randers Fjord

På workshops med deltagelse af ca. 60 aktører blev der lanceret en række anbefalinger til konkrete initiativer, ligesom der blev stillet krav om en overordnet strategisk politik for den samlede Ny Randers Kommune. Dette blev iværksat. Endvidere har den kompetence og viden, som Turistforeningens medarbejdere har erhvervet, medført, at Turistforeningen er blevet tovholder for det samlede regionale udviklingsprojekt for Gudenåen. Der er indgået kontraktligt forhold mellem de 7 Gudenåkommuner og Midtjysk Turisme om indholdet i projektet.

#### I.a.2 Den fælles gode oplevelse – Ny Randers Kommune

Det blev gennemført:

- RundturRanders: 172 km anbefalet og beskrevet rute gennem hele ny Randers Kommune med beskrivelse af de skæve, sjove, utraditionelle oplevelser. Tilhørende kortmateriale.
- Geocaching.com: skattejagt med gps som vejleder. Kick start med deltagere fra hele landet fra Rådhusstorvet, hvor turismens aktører var inviteret til at "udstille" og underholde. Målrettede events og løbende aktiviteter, der har engageret turister og borgere i en skattejagt rundt i hele kommunen. Mere end 2000 beskrivelser om oplevelser ved Randers på geocaching.com.
- Sightseeingtur med bus rundt i hele Randers Kommune
- 3 fyraftensmøder med "den gode fortælling om Randers" – projekt om storytelling. Hvordan formidler vi de gode historier om Randers. 40 deltagere på hver af de 3 aftener.

De enkelte initiativer fortsætter i den almindelige drift. Endvidere videreudvikles konceptet i "Landsbyer i Randers" – se afsnit 6.3.

### **I.a.3 Værtsskab**

Der er gennemført et testforløb i værtsskabskursus for frontpersonalet i turistbranchen. 18 deltagere fulgte kurset, som var udviklet i samarbejde med Minerva. Kurserne administreres af og indgår i Minervas kursusprogram og med Minerva som administrator for den landsdækkende ”’Danske Værter”-program.

### **I.a.4 Branding/markedsføring**

Turistforeningen har taget initiativ til en overordnet image-markedsføring af Randers. Med det i den sammenhæng utraditionelle samarbejde (Randers Regnskov, Eventsekretariatet, Cityforeningen, Randers Storcenter) er det lykkedes Turistforeningen at skabe egentlig synergi og merværdi i samarbejdet om kampagnen: Har du hørt, at i Randers..... Budgettet nåede i direkte omsætning op på kr. 500.000 (inkl. følgeindsats ca. kr. 750.000). Der er gennemført 4 kampagneperioder med annoncer i regionale og nationale aviser sammen med radiospots, on-line markedsføring, web-markedsføring m.m. Den primære målgruppe er familier med børn bosiddende i Region Midtjylland, dækkende ca. 1.6 mio. Indbyggere. Randers er endvidere promoveret i nationale medier.

Herudover er der gennemført markedsføringsaktiviteter for Randers for kr. 1.2 mio. primært i Danmarks, sekundært i Norge, Sverige og Tyskland. Jf. Markedsføring for koordineret markedsføring af Randers som turistmål.

### **I.a.5 Turisme og oplevelsesøkonomi**

Turisme og oplevelsesøkonomi er formuleret som et indsatsområde i Erhvervspolitikken for Randers Kommune. På baggrund heraf har Turistforeningen taget initiativ til et strategiudviklingsprojekt, hvoraf fase 1 er gennemført i 2008. Processen har involveret borgere, turismeaktører og turister. Der er gennemført kløftanalyser, trendanalyser specifikt på Randers og beskrevet en Destinationsprofil.

På baggrund heraf er der ansøgt og bevilget midler til gennemførelse af fase 2, som er påbegyndt i efteråret 2008. Der er således udpeget og defineret 4 oplevelsesrum, som bærer hver sit værdisæt og udviklingspotentiale.

Forløbet er finansieret af Randers Kommune, Midtjysk Turisme og Turistforeningen med Turistforeningen som ansvarlig tovholder.

## **Bilag II Randers Kommune – Vision 2016**

### Erhverv:

Særligt stærkt på ... uddannelse, bl.a. målrettet på oplevelsesøkonomi

Randers er kendt som en handelsby i et inspirerende bymiljø for hele familien

Den fortsatte vækst i turismen har afsæt i en samlet masterplan

RK understøtter i særlig grad de fremtidsrettede erhverv inden for viden/oplevelsesøkonomi....

Lufthavnen i Tirstrup er opgraderet som national og international lufthavn

Regnskoven er på top 10-listen over oplevelsessteder

### Byudvikling:

Randers er en tæt, hyggelig og ny by – med masser af liv skabt af borgerne og turister

Regnskoven er udvidet og indgår som landskendt byattraktion

Justesens Plæne indgår som bynært aktivitets-/værested

Den gamle middelalderby har reduceret bilkørsel tilpasset livet i centrum

Planen for fjord- og flodområdet i Randers iværksættes – som led i kommuneplanlægningen, der samler udviklingen for Randers by.

### Miljø og natur:

Naturoplevelser i RK er et attraktivt turismefokus

Regnskoven er indtænkt i samlet bevidst fokusering på ”natur og mennesker

Borgere og turister i RK oplever let adgang til naturværdierne

Der udvikles guidede naturture

Vis cykelstier, overnatningsmuligheder og satsning på oplevelser for borgere og turister, indgår naturen i RK som en åbenlys attraktion – med afsæt i igangværende planlægning

### Kultur og Fritid:

RK skaber rammer for alle former for aktiviteter i det offentlige rum

Der er landskendte kulturtilbud via bl.a. Værket, Kammerorkestret og kunstmuseet og teater- og musikområdet

RK eksperimenterer med nye former for kunst-/kulturevents i det offentlige rum. Justesens Plæne udvikles som bynær folkepark

RK er anerkendt for lystfiskerturisme - bl.a. understøttes årligt en fiskefestival

Der er Kunstmuseum i ny bygning ved åen eller udvidet ved nuværende placering.

