



THY TURISTFORENING

STRATEGI- OG HANDLEPLAN

2008 – 2015

FORUDSÆTNINGER:.....	1
INDLEDNING.....	2
STATUS.....	3
Servicering af turister	3
Produkter og markedsføringsaktiviteter.....	3
Produkter og produktudvikling	3
Markedsføring.....	4
Markedsområder:.....	5
Målgrupper:	7
Servicering af medlemmer	7
Samarbejdspartnere.....	7
Helårsturisme	8
VISION.....	9
Servicering af turister	9
Produktudvikling.....	9
Markedsføring	9
Tilgængelighed:.....	9
Kompetence udvikling	9
Bæredygtighed.....	9
Helårsturisme	9
HANDLINGSPLAN	10
Servicering af turister	10
Produktudvikling: 2008-2010.....	10
Markedsføring	12
Tilgængelighed:.....	13
Kompetence udvikling	13
Bæredygtighed.....	13
Helårsturisme	13

FORUDSÆTNINGER:

- Den regionale Erhvervsudviklingsudvikling
- VisitNordjyllands Vision 2020
- Thisted Kommunes turistpolitik

INDLEDNING

Turisme er i dag Danmarks 3. største erhverv og turisterhvervet skaber mange arbejdspladser. For hver gang turisterne øger omsætningen med kr. 600.000, skabes der en ny helårsarbejdsplads.

I Thy spiller turisme en særdeles stor rolle som erhverv, og derfor bør indsatsen prioriteres højt. Målet er at skabe udvikling, der giver omsætningsfremgang dels med øgning af turisttilstrømningen og dels ved udbygning/fornyelse/øgning af produkter og tilbud i området, så turisterne lægger flere penge her.

Vort område har gode vækstmuligheder indenfor turisme. Vi har en unik og storslået natur med bl.a. Danmarks første Nationalpark og Nordeuropas største fuglereservat. Vi har på en meget kort afstand alle naturformer fra det barske Vesterhav til den milde Limfjord, hvor vi ved udbygning af tilbud, der relaterer sig til de forskellige naturformer, kan give turisterne oplevelser med produkter, der udskiller sig fra, hvad der tilbydes i den øvrige Danmark.

Thy Turistforenings Strategiplan skal være platform for turistforeningens fremtidige arbejde og være medvirkende til at fremme en bæredygtig udvikling for Thy.

STATUS

Servicering af turister

Thy Turistforenings hovedopgave er at servicere turisterne, både de der tænker på at komme til Thy og de, der er kommet her for at holde ferie.

Servicering af turister består i:

- Informationer om seværdigheder, aktiviteter osv.
- Salg af billetter og pakketure mm.
- Information om det øvrige Danmark for lokale og turister
- Servicering via mobiltelefon – vores produkter fra Guide Danmark kan hentes via mobiltelefon på VisitDenmarks portal.

Hvor:

- 3 turistkontorer:
 - Thisted: Grønt bureau og helårsåbent
 - Hurup: Rødt bureau og helårsåbent
 - Hanstholm: Rødt bureau og åbent fra påske til 31. oktober.
- 2 turistinformationer
 - Nr. Vorupør: Rødt bureau og følger Vorupør Museums åbningstider
 - I Agger er turistinformationen en hytte med diverse materiale om Thy. Her er åbent hele sommerperioden og på visse tidspunkter i juli og august bliver den betjent af frivillige ambassadører – ellers er der selvbetjening.

Produkter og markedsføringsaktiviteter

Produktudvikling

Thy Guide

Thy Guiden bliver udgivet i et oplag på 150.000 og fungerer både som hverve- og turistbrochure.

Træfpunkt - sommeraktiviteter for børn

Træfpunkt er et landsomspændende projekt, hvor hvert deltagende lokalområde tilbyder sine egne aktiviteter i en lokal brochure, men med ensartet udformning og udseende, der er varereg.

Lystfiskeri i Thy

"Lystfiskeri i Thy" er blevet trykt i et nyt oplag og denne gang også med en engelsk udgave hvilket har været meget efterspurgt.

Cykelruter i Thy

Thy Turistforening har 2 hæfter med cykelruter: "Cykelruter i Thisted og på Hannæs" og "Oplev Sydthy fra en cykelsaddel".

Limfjordsfortællinger

Limfjordsfortællinger er en del af Netværk Limfjordens tilbud om fælles markedsføring af særlige fokusområder: Det Maritime Limfjord, Limfjordens Fristelser, Kunstens Limfjord, Købstadsfortællinger, Limfjordens Historie og Limfjordens Natur

Pro Bus projekt

Probus er et vestjysk busgruppeprojekt, som skal resultere i formidling af tyske gruppeturister til Limfjordsområdet. Der har tidligere været foretaget en del visningsture, som nu viser sig at begynde at bære frugt. Thy er med sammen med Skive, Struer og Lemvig.

Guide Danmark

Guide Danmark er en VisitDenmark database som bruges til at vise vores "produkter" online. Dette gælder alt fra overnatningssteder til attraktioner, seværdigheder og begivenheder. Guide Danmark bliver et væsentligt element på vores nye hjemmeside – præcis som den er i dag. Den største forskel er dog at Guide Danmark er opbygget til at "matche" den nye hjemmeside.

Stadepladsudlejning

Udlejning af stadepladser til torvehandlere i Thisted.

Diverse salg og salgssartikler

Salg af diverse produkter, eksempelvis sejlads-produkter, billetter til rundvisning på Thisted Bryghus, skilteplads ved færgeterminal i Hanstholm, krochecks, færgebilletter, ferieophold, produkter via VisitDenmarks online booking, Thisted-Billetten, fisketegn, lejrpas, vandrerkort og gavekort m.m..

Markedsføring

Thy Guide:

Thy Guiden distribueres både lokalt, nationalt, på færgerne og i færgeterminalerne. Den findes på Thy Turistforenings hjemmeside med bladrefunktion. Den uddeles på messer og på forespørgsel sendes den pr. post.

Hjemmeside

Thy Turistforenings hjemmeside blev lavet i forbindelse med sammenlægningen af de tre turistforeninger. Den fortæller om aktiviteter, overnatningsmuligheder og attraktioner med mere. Der henvises til den fra både VisitDenmarks og VisitNordjyllands hjemmesider

Træfpunkt

Brochuren distribueres lokalt i aktivitetsperioden. Forud udsendes den sammen med øvrig post, og brochuren med aktivitetskalender findes på Thy Turistforenings hjemmeside, en

hjemmeside for Træfpunkt for hele Danmark og på Turistgruppen Vestjyllands hjemmeside.

Netværk Limfjorden

Et samarbejde, der omfatter den vestlige del af Limfjordsområdet. Mange forskellige tiltag er sket i dette forum, hvor de to største er "Snapseruten" og "Limfjordsfortællinger" blev født. Snapseruten kører nu i eget regi. Ved fælles tiltag –fælles markedsføring.

Presse og pressebesøg

Der søges hele tiden at få så megen pressebevågenhed for området som muligt. Nationalpark Thy er p.t. én af de store anledninger. Hele tiden har vi fokus på hele Thy, hvor vi appellerer til pressen om dækning af både det ene og det andet. Pressebesøg kræver meget medspil fra turisterhvervet, da vi har meget få midler afsat til det. Til gengæld har deltagerne chancen for at få egen virksomhed profileret.

Thy Masterclass

Klassisk musik af international klasse, hvor Thy Turistforening annoncerer i programmet.

Messedeltagelse

Thy deltager i samarbejde med nogle aktører fra turisterhvervet på messer i Bergen og Bella Center. I Bergen står Thy lige overfor Mors og Snapseruten, hvor der er tilstræbt en ensartet standopbygning for synliggørelsen af Thy/Mors området. I Bella Center står Thy på en fællesstand med Mors og Snapseruten.

Markedsområder:

Strategi for markedsføring er fastlagt og prioriteret ud fra følgende synspunkter:

Som en lille spiller på det internationale marked må Thy af økonomiske og praktiske grunde koncentrere markedsføringen om få og lettilgængelige markeder så som Danmark, Norge, Tyskland, Holland og Sverige – i nævnte rækkefølge, men dog med særlig hensyntagen til de forskellige aktiviteter. Samme hensyn gør det naturligt, at Thy på flere markeder samarbejder med VisitNordjylland og VisitDenmark, hvilket udnytter styrken i fælles kampagner.

De primære markeder prioriteres indsatsmæssigt i nævnte rækkefølge:

1. Danmark
 2. Norge
 3. Tyskland
 4. Holland og Sverige
- Hovedmarkedet for Thy har indtil nu været det danske marked med særlig vægt på Sjælland.
 - *Magasinet "Mit Nordjylland"*
"Mit Nordjylland" er et inspirations magasin i artikelform, der dækker de forskellige ferieformer og temaer, som sælger Nordjylland på en troværdig og sympatisk måde. Det er derfor vigtigt, at Thy markedsfører området her.

Magasinet, der bliver husstandsomdelt i Danmark udenfor regionen, giver lysten til at fordybe sig.

- *Nordjyllandskortet*
Detaljeret kort over Nordjylland hvor Thy på bagsiden har et opslag på størrelse med en A4 side, hvor der på 3 sprog fortælles om området.
- *FDM's medlemsblad*
FDM markedsfører uden beregning sejladsen på Limfjorden, mod en rabat i billetprisen for deres medlemmer.
- På det norske marked har Thy en stærk markedsposition, især i kraft af færgeforbindelserne fra Hanstholm, som nu inkluderer helårsforbindelse til både Bergen og Kristiansand. Dette markedsområde skal styrkes og videreudvikles.
 - Danmark i børnehøjde
Sammen med VisitNordjylland deltager Thy i VisitDenmarks børnekampagne "Danmark i børnehøjde". Kampagnen består af et magasin, et kampagne-site på nettet og en række events. Magasinet distribueres sammen med den norske udgave af Anders And bladet og det norske Se & Hør, Danmarksstativet og ombord på færgerne.
 - Kort-Ferie kort
I samarbejde med Trojel Marketing, Color Line og Lovise Moland markedsfører Color Line dette produkt til børnefamilier for ca. 1,5 mio. Nkr. i radioreklamer, tv-reklamer, husstandsomdelinger, avisannoncering m.m.
- Det tyske marked er - på trods af at Thy i nogle år mistede terræn - særdeles vigtigt for turismen i Thy. Potentialet er meget stort og tyskerne viser fornyet interesse for Danmark.
 - Nordsee Urlaub
Thy er i samarbejde med VisitNordjylland også med i VisitDenmarks NordseeUrlaub både i børnefamilie-brochuren og brochuren til det "voksne publikum".
- I udvalgte lande på alle vore primære markeder annonceres der med aktiv ferie indenfor temaerne cykel, vandring og fiskeri.

Prioriteringen foretages sådan, at Thys muligheder for med de økonomiske ressourcer, der vil være til rådighed, at få udbytte af indsatsen og få gennemslagskraft på de pågældende markeder.

Målgrupper

Der er flere forskellige målgrupper, man kan satse på. I Thy har vi ud fra det vi har som vor stærke side udvalgt nedenstående målgrupper:

1. Børnefamilier
2. Empty nesters – dvs. voksne der rejser uden børn
3. Aktive Seniorer

Servicering af medlemmer

Medlemmer af Thy Turistforening serviceres på flere forskellige "niveauer":

- Generalforsamling
- Medlemsmøde (markedsføringsmøde)
- Bytte-brochure arrangement i samarbejde med Mors
- Nyhedsbreve
- Opdatering af medlemmers virksomhed efter bestemte retningslinier på følgende hjemmesider (på 3 sprog): Thy Turistbureau, VisitNordjylland, VisitDenmark
- Mulighed for medlemmer (efter bestemte retningslinier og evt. mod betaling) at få pakkeprodukter med på følgende hjemmesider (på 3 sprog): Thy Turistbureau og VisitNordjylland
- Thy Turistforenings erhvervsmedlemmer har mulighed for at få større synlighed mod aflevering af en brochure til udlevering på Thy Turistbureaus fire bureauer.

Samarbejdspartnere

Thy Turistforening har en lang række samarbejdspartnere både lokalt, nationalt og internationalt. Eksempelvis:

- Thisted Kommune
- VisitNordjylland
- VisitDenmark i Danmark og VisitDenmarks markedskontorer i udlandet
- Diverse aktører fra turisterhvervet i Thy. Det inkluderer alle medlemmer lige fra de store overnatningssteder til små attraktioner og aktiviteter så som kunsthåndværkere og mindre turudbydere.
- Nationalpark Thy
- Thy Statsskovdistrikt
- Uddannelsesinstitutioner
- Netværk Limfjorden
- Morsø Turistforening
- LAG Thy/Mors
- Landsbygruppen Thy
- Handelsstandsforeningerne
- Kunstforeningerne

Helårsturisme

Thy/Mors blev i 2007 af VisitDenmark udnævnt som udviklingsdestination. Gennem kurser og forskellige tiltag arbejdes der med, at Thy/Mors i 2009 kan blive udnævnt til helårsdestination.

I takt med ændringer i befolkningens levestandard og livsvilkår, ændres karakteren af turismen. Mange nye feriemål ser dagens lys – det ene år vælger turisterne at holde ferie i Danmark for året efter at rejse langt væk.

Udviklingstendenserne er, at turisterne vælger flere og kortere ophold, hvilket danner grundlag for, at turisterne kommer hertil flere gange om året, eller de vælger Thy som ét af feriestederne. I Thy er der muligheder for at få unikke naturoplevelser, der ikke nødvendigvis skal opleves i højsæsonen.

VISION

Thy Turistforenings vision er, at Thy skal være et af Danmarks mest attraktive feriemål, idet området byder på unikke og storslåede naturoplevelser bl.a. i Danmarks første nationalpark. Ved at synliggøre områdets identitet og unikke oplevelser skal vi øge antallet af gæster i området. Vi skal medvirke til at sikre et samspil mellem samtlige aktører, således at gæsterne rejser herfra med et positivt helhedsindtryk af kvalitative oplevelser, som giver dem lyst til at vende tilbage.

Servicering af turister

- Thy Turistforening vil være kendt for at servicere turister efter "Det Gode Værtskabs" principper.

Produktudvikling

- Thy Turistforening vil medvirke i udviklingen af mindst et nyt projekt hvert år.

Markedsføring

- Thy Turistforening vil markedsføre/brande Thy for at fremme kendskabet til destinationen.
- Thy Turistforening vil markedsføre sig via de nyeste elektroniske medier.

Tilgængelighed:

- Thy Turistforenings produkter på internettet skal være så tilgængelige, at de er brugbare for alle.
- Thy Turistforening vil arbejde for en fysisk bedre tilgængelighed, det være sig også i form af skiltning, veje og stier.

Kompetence udvikling

- Thy Turistforening vil medvirke til uddannelse af service medarbejdere i turist-erhvervet.

Bæredygtighed

- Thy Turistforening vil arbejde for at fremme bæredygtig turisme.

Helårsturisme

- I 2015 er Thy/Mors kendt som en fuldt udviklet helårsdestination.

HANDLINGSPLAN

Thy Turistforening ønsker at markedsføre og produktudvikle området indenfor de økonomiske rammer der er til rådighed, hvilket er dels Thisted Kommunes tilskud til markedsføring, produktudvikling m.m., dels overskuddet fra Thy Guiden og dels markedsføringsbidrag fra medlemmerne.

Servicering af turister

Thy Turistforenings hovedopgave er at servicere turisterne, både de der tænker på at komme til Thy og de, der er kommet her for at holde ferie, således at de ved hjælp af informationer, inspiration og vejledning får indblik i alle de muligheder der er i Thy, så de får en god og indholdsrig ferie.

Thy Turistforening vil være kendt for at servicere turister efter "Det Gode Værtskabs" principper.

At servicere turister efter Det Gode Værtskabs principper vil sige:

- Servicere turisten efter dennes behov og find gerne frem til en løsning, der er ud over det forventede.
- Vi skal være på forkant med udviklingen og dermed servicere og inspirere turisterne til deres tilfredshed – det øger sandsynligheden for genbesøg og positiv formidling af Thy til andre.
- Ved at bruge disse principper bliver turisten betjent bedst muligt og i henhold til netop de ting som den enkelte søger.

Kvaliteten i oplevelserne er afgørende for at gæsterne er tilfredse med besøget og dermed for chancerne for genbesøg.

Produktudvikling: 2008-2010

Thy Turistforening vil medvirke til, at der udvikles mindst et nyt projekt hvert år.

- **Hjemmeside**

Thy Turistforenings nye hjemmeside er opbygget efter VisitDenmarks skabelon og bruges af VisitNordjylland samt fremover af alle destinationer i Nordjylland samt en stor del af øvrige danske turistbureauer.

- **Thy DVD**

Den nuværende Thy DVD/video skal tilrettes og fornyes, da der sker væsentlige ændringer, eksempelvis Danmarks første nationalpark, Nationalpark Thy.

- **Fælles nordjysk database**

I samarbejde med VisitNordjylland og turistbureauerne i hele Nordjylland udvikles en database til brug for hele Nordjylland. Hver destination benytter og tilretter de elementer, der er brugbare for dem.

- Thy Guide

Guiden fornyes hvert år, så den fremstår som en ny, spændende og attraktiv brochure. Den skal hele tiden leve op til tidens krav.

- Træfpunkt

Træfpunkt skal løbende udbygges med nye aktiviteter og nye overnatningssteder

- "Lystfiskeri i Thy"

Skal fornyes hvert år for at sikre at oplysningerne er korrekte.

- Cykelruter

Brochurer over cykelruter er meget efterspurgt. Vi har "Cykelruter i Thisted og på Hannæs" og "Oplev Sydthy fra en cykelsattel", men der skal laves ruter, så det dækker hele Thy. Dette projekt påbegyndes i 2008 og forventes færdigt til sæsonen 2009.

- Cykelpakker

Der udvikles folder med pakkeferier på cykel.

- Limfjordsprodukter – herunder Limfjordsfortællinger

I samarbejde med øvrige medlemmer af Netværk Limfjorden udvikles der nye produkter, herunder fornyelse af Limfjordsfortællinger, der hvert år tilrettes efter sidste års interesse og behov.

- Pro Bus projekt

Det tilstræbes, at projektet udbygges med flere aktører fra Thy.

- Guide Danmark

Guide Danmark bliver løbende opdateret med de informationer, vi modtager fra turistforeningens medlemmer. Hvert år i januar/februar bliver Guide Danmark grundigt opdateret med alle nye priser, åbningstider osv.

- "3 byvandring i Thisted"

By-rundture-brochuren fra Thisted skal revideres efter havnearealets renovering og Center-byggeriet i centrum af Thisted er færdigt.

- Fremme IT-løsninger der kan skabe nye oplevelsesmuligheder for turisten.

Dette gøres i forhold til hvor det er økonomisk og praktisk muligt

- Udvikle pakkeprodukter til salg på Thy Turistbureau i takt med de resurser, der er til rådighed – både økonomisk og manpower.

Pakkeprodukterne laves i samspil med relevante partnere og turistaktører.

Disse og turisterhvervets pakkeprodukter sælges på Thy Turistbureau på provisionsbasis.

Markedsføring

Thy Turistforening vil markedsføre/brande Thy for at fremme kendskabet til destinationen.

Thy Turistforening vil markedsføre sig via de nyeste elektroniske medier.

- **Thy Guide:**

I 2008 distribueres Thy-guiden massivt i både nær- og naboområder. Desuden vil den blive fordelt til landets turistbureauer direkte fra Thy Turistbureau, dvs. uden om Danmarks Distributionen. De enkelte turistbureauer bliver kontaktet først på året og kan derefter løbende bestille Thy Guider fra kontoret i Thisted.

Den distribueres via Danmarks Distributionen til Danmarks-stativet i Norge, der findes på 150 rejsebureauer fra Trondheim og sydpå samt i alle færgeterminaler.

- **Thy Turistforenings hjemmeside:**

Når den nye hjemmeside er færdig, vil medlemmer af Thy Turistforening få mulighed for mod betaling at deltage i online markedsføring på visitthy.dk. Dette kan eksempelvis være i form af en såkaldt "kampagneside" hvor medlemmet kan markedsføre et særligt tilbud. Desuden kan medlemmerne ved hjælp af de såkaldte "teasere" få en mere synlig placering på hjemmesiden. Dog er dette kun i et begrænset omfang, idet der er et begrænset antal teasere, og disse skal passe indholdsmæssigt til den givne side.

- Markedsføring i samarbejde med eksempelvis VisitNordjylland, der tildeles midler fra Vækstfora, hvorfor de så har mulighed for at bidrage med imagemarkedsføring til vore tiltag, så det øger Thys markedsføring og synlighed.

- Messer - antal efter til rådighedstående midler og medlemmers ønske om deltagelse.

- Pressebesøg i samarbejde med relevante partnere og turistaktørers økonomiske medvirken.

- Pressemeddelelser og pressekontakt

Markedsføringen har som overordnede mål:

- At opfylde strategiplanens målsætninger.
- At udnytte Thys struktur bedst muligt i tilrettelæggelsen af markedsførings-aktiviteterne, herunder at undgå overlapninger og dårlig udnyttelse af de samlede ressourcer.
- At skabe en dialog med de private turistvirksomheder, hvor der søges den bedst mulige platform for virksomhedernes egen produktmarkedsføring og gennemførelse.
- At tilvejebringe den størst mulige private medfinansiering af aktiviteterne.
- At tilrettelægge en markedsføring, der indeholder såvel image-skabende som hvervende og inspirerende samt produktspecifikke og informerende elementer i den for det pågældende marked rigtige sammensætning.

- At indgå markedsføringsalliancer med relevante samarbejdspartnere, både lokalt, regionalt, nationalt og internationalt foruden turoperatører o.l., når det kan medføre øget afsætning for Thys turistprodukter.

Tilgængelighed:

Vore produkter på internettet skal som mål være så tilgængelige, at de er brugbare for alle.

- Hjemmeside

Når den nye hjemmeside bliver færdig, vil vi opnå en bedre tilgængelighed for de besøgende, idet denne er opbygget efter VisitDenmarks skabelon. VisitNordjylland og alle turistdestinationer i Nordjylland er opbygget efter samme koncept. Der henvises til Thy Turistforenings hjemmeside fra VisitDenmark og VisitNordjyllands hjemmesider.

- Thy Turistforening vil påvirke relevante aktører til en fysisk bedre tilgængelighed, det være sig desuden også i form af skiltning, veje og stier.

Kompetence udvikling

Thy Turistforening vil medvirke til uddannelse af service medarbejdere i turisterhvervet.

Der skal i samarbejde med uddannelsesinstitutionerne i Thy, VisitNordjylland og/eller VisitDenmark skabes uddannelser og kurser, der kan uddanne og opgradere personale og personer tilknyttet branchen – med særlig vægt på sæsonansatte.

2008 – 2015

Bæredygtighed

Thy Turistforening vil arbejde for at fremme bæredygtig turisme.

Thisted Kommune blev i 2007 tildelt European Solarprize, hvor kommunen er næsten 100% selvforsynende med vedvarende energi. Desuden satses der i området på økologi og grønt miljø. Derudover lægges der meget vægt på sundhed. Indenfor disse delelementer er der dygtige aktører, hvor Thy Turistforening gerne vil betragtes som en medspiller, så der kan blive lavet pakketilbud relateret til disse temaer, og som turisterne kan få glæde af, og Thy kan blive kendt på.

Helårsturisme

I 2015 er Thy/Mors kendt som en fuldt udviklet helårsdestination.

I første ombæring skal sæsonen udvides i skuldarsæson, for senere at sprede turistsæsonen til hele året, så området besøges af flere turister udenfor nuværende højsæson, som er juli og august. VisitDenmarks mål for en helårsdestination er, at overnatninger udenfor højsæson øges med 20%.

Der er fra VisitNordjyllands side bevilget kr. 444.000 til denne udvikling. For disse midler er der tilknyttet et professionelt konsulentfirma, Nørgaard Mikkelsen, der som udefra kommende skal se på Thy/Mors, og komme med et bud på den fremtidige strategi, måske ud fra en skæv vinkel komme med et bud på, hvad der i dette samarbejde skal fokuseres på og arbejdes videre med, for at disse to turistdestinationer kan give større slagkraft, så hele området bliver kendt af en bredere kreds, hvilket dermed gerne skulle bevirke en øget turisttilstrømning.