

HANDLINGS PLAN 2025

RebildPorten



INDHOLDSFORTEGNELSE

- 3** Rebild i udvikling
- 4** Rebild i udvikling (fortsat)
- 5** Fokusområder 2025
- 6** Formidlingscenter for oplevelser
- 7** Destinationsudvikling
- 8** Markedsføring
- 9** Events
- 10** MEETNATURE



REBILD I UDVIKLING

I 2025 fortsætter RebildPorten sin målrettede indsats for at styrke turisme og events i Rebild Kommune, og i år er fokus endnu skarpere. Med Handlingsplan 2025 har vi som ambition at udbygge vores position som en førende destination for oplevelser i naturen, særligt med vægt på vandring og cykling. Det er vores mål at blive danskernes foretrukne vandredestination og samtidig brede cykling ud til et bredere publikum. Vi ønsker at sikre, at vores turismestrategi både er klar i sin målsætning og fleksibel i sine handlinger, så vi står stærkt i en verden, hvor turismens trends og behov udvikler sig konstant.

Med udgangspunkt i Rebild Kommunes Vision 2035, Erhvervs- og Beskæftigelsespolitikken samt Oplevelser, Fritid og Fællesskaberpolitikken bygger vi videre på et fundament af samarbejde, bæredygtig udvikling og respekt for vores unikke natur. Vores strategiplan er udviklet i tæt dialog med erhvervslivet og lokale aktører, og den er forankret i både lokale værdier og internationale ambitioner, så vi kan sikre en helårsdestination, der tilbyder kvalitetsoplevelser i smukke og autentiske rammer.

Vision 2035: Sammen udvikler vi Rebild

Styrke positioner:

- Danmarks smukkeste natur.
- Beliggenhed: tæt ved E45, Aalborg lufthavn og brohoved til Skandinavien.
- Fyrtårne: Rold Skov, Rebild Bakker, koldkrigsmuseet REGAN Vest og unikke oplevelser for både krop og sjæl.
- Potentialet: Dyrke og forstærke både velkendte værdier og nye tiltag.

Strategiplan:

Turismestrategien sætter rammen for at skabe en levende turistdestination, hvor samarbejde og sammenhæng er drivkraften i udviklingen. Vi ønsker at etablere Rebild som et oplagt valg for vandreentusiaster og cyklister i hele landet og i udlandet. Strategien understøttes af konkrete handlinger, som løbende evalueres og tilpasses, så vi hele tiden kan reagere på nye muligheder og udfordringer. Dette kræver et fleksibelt set-up, hvor vi kan tilpasse os markedets tendenser og efterspørgsler.

Formålet med strategiplan:

Vores strategi har til formål at styrke turismen og eventudviklingen i Rebild, skabe sammenhæng og synergi i de forskellige initiativer og øge Rebilds tiltrækningskraft. Vi vil profilere os som en destination, hvor natur- og kulturoplevelser skaber værdi og fremmer kommerciel udvikling. Samtidig vil strategien bidrage til, at Rebild Kommune fremstår som en attraktiv helårsdestination, der tiltrækker nye borgere, virksomheder og investeringer.

Vision for turismen i Rebild:

Vi ønsker at udvikle og formidle kvalitetsrige natur- og kulturoplevelser, som kan skabe vækst og engagement i området.

REBILD I UDVIKLING FORTSAT

Mission: RebildPorten skal skabe vækst i turismen ved:

- at brande områdets naturoplevelser, vandreruter, cykelmuligheder, events og kulturtilbud
- at styrke netværk og samarbejde om fælles initiativer, der fremmer turisme og udvikling
- at gøre det let og tilgængeligt at opleve kombinationen af vandring og cykling i vores destination
- at facilitere initiativer, som fremmer vækst og lokal udvikling
- at sikre et formidlingscenter, der leverer inspirerende oplevelser og personlig service

Værdier:

- Autentiske oplevelser med respekt for naturen.
- Relationer og fællesskab – samarbejde internt og eksternt om udvikling af Rebild.
- Nytænkende og udviklende.

Målsætning:

Vi vil udvikle og øge kendskabsgraden til Rebild Kommune som helårs outdoor-destination med fokus på kvalitetsoplevelser i naturen. Vores mål er at tiltrække turister, events og erhverv, der kan skabe vækst og styrke Rebild som en foretrukken destination.

Handlingsplanen for 2025 fokuserer på klare indsatsområder, der vil sikre, at vi kan arbejde målrettet mod vores definerede mål.

Vi ser frem til et spændende 2025 og glæder os til at fortsætte det gode samarbejde med alle RebildPortens interessenter.



JANE BEJLEGAARD LINDBERG

Erhvervs- & turistchef

FOKUSOMRÅDER

TURISME 2025



- 1. FORMIDLINGSCENTER FOR OPLEVELSER**
- 2. DESTINATIONSUDVIKLING**
- 3. MARKEDSFØRING**
- 4. EVENTS**
- 5. MEETNATURE - ERHVERVTURISME**

FORMIDLINGSCENTER FOR OPLEVELSER

RebildPorten er et aktivt og levende turistbureau, der hen over 300 dage om året besøges af nationale og internationale turister, samt lokale bosiddende. Gennem skiftende udstillinger og aktiviteter tilbydes et levende og spændende formidlingsrum, RebildPorten styrker indsatsen overfor internationale gæster ved at udvide mængden af flersproglig formidling.

VORES FOKUS ER

- At give RebildPorten en central rolle i forbindelse med udstillinger og oplevelser.
- At skabe interesse for området som helårsdestination og være et nytænkende formidlingscenter.
- At optimere information til internationale gæster.
- At afdække mulighederne for ny digital formidlingsplatform, samt finansiering af dette.
- At drage nytte af synergier med Hærvej og gennemgående Hærvejsruter.

VORES VEJ DERTIL

- Ved at få 1-2 praktikanter til - i 3-5 måneders forløb - at opbygge og afvikle tematiserede udstillinger eller oplevelser.
- Ved at afdække mulighederne for at afholde foredrag eller workshops, der kan styrke RebildPorten i folks bevidsthed.
- Ved at udvikle mere fremmedsproget materiale.
- Ved at få konkretiseret (JP), hvad vi ønsker at formidle og i hvilken digital form.
- Ved at være involveret i Hærvejsprojektet og dedikere ressourcer og rammer til Hærvejen.

VORES MÅL ER

- St skabe tematiserede udstillinger eller oplevelser i forbindelse med skoleferier og årets højtider.
- At skabe 2-4 foredrag eller workshops med fokus på Rebild som helårs oplevelsesdestination.
- 2 udstillinger med fernisering og pressemeddelelse. (JP)
- At vores materiale bliver oversat til flere sprog.
- At udarbejde en fondsansøgning til en udvalgt digital platform.
- At tilbyde information, stempel/pas, promovring og opladning af elcykler.

2.

DESTINATIONSUDVIKLING

RebildPorten ønsker fortsat at arbejde innovativt, aktivt og målbart for og med turisme- & oplevelsesaktørerne. Rebild skal blive danskernes foretrukne vandrested, hvor gæsterne investerer i området, når de skal ud på de varierede ruter og naturoplevelser for alle niveauer.

VORES FOKUS ER

- At gøre Rebild til danskernes foretrukne vandredestination.
- At imødekomme den øgede efterspørgsel på cykelruter.
- At afdække muligheder for synergier med andre destinationer.
- At afdække muligheden for at få frivillige til RebildPorten.
- At afdække muligheder for øgede overnatningsmuligheder i Rebild.
- At være innovativ i forhold til at tiltrække flere gæster

VORES VEJ DERTIL

- Ved på tværs af alle RebildPortens platforme at medvirke til at turister og dagsgæster får øget kendskab til de 2 Premium certificerede vandreruter.
- Ved at udvikle og formidle produktpakker i samarbejde med aktører.
- Ved at konceptudvikle "after hike" ud fra trends, tendenser og statistikker
- Ved at afdække mulighederne for nye cykelruter i samarbejde med Naturstyrelsen, lodsejere og Center Natur & Miljø.
- Ved at erfaringsudveksle med andre destinationer på erfamøder, herunder bl.a. VisitData, den nationale turismestrategi og certificeringer.
- Ved at oplevelsesprodukter går på tværs af destinationsgrænser.
- Ved at bidrage til projekt Udvikling Hærvejen
- Ved dialog med Frivilligcenter Rebild og Beskæftigelsescentret.
- Ved at være opsøgende og facilitere møder mellem mulige investorer, aktører, innovative overnatningsudbydere og relevante instanser.
- Ved at tage initiativ og bidrage til processer omkring ikke aktørbaserede oplevelser

VORES MÅL ER

- At inddrage aktører ifbm åbningen af Gravlev Ådal ruten, april 2025.
- At samle vandre produkterne på en landing page.
- At gøre konceptet "after- hike" klar til eksekvering.
- At oprette 2 nye cykelruter, som GPS-ruter og på trykte kort.
- (At afdække mulighed for oprettelse af en proforma destination JBL)
- At udvikle oplevelsespakker med andre destinationer.
- At afvikle workshops om produktudvikling.
- At vi sætter mål for bookbare produkter og omsætning ude ved aktørerne.
- At videns dele og inddrage aktørerne i Rebild ved 3 turismenetværksmøder.
- At få et frivilligkorps til RebildPorten i 2025.
- At bringe aktører og investorer sammen om fremtidige investeringspotentialer af overnatningskapacitet.
- At sikre arbejdet omkring en projektbeskrivelse til funding af nye tiltag.

MARKEDSFØRING

I 2025 vil RebildPorten fokusere på at styrke positionen som danskernes foretrukne vandredestination. Generelt vil vi med en klar brandingstrategi, målrettet markedsføring og effektiv kommunikation sikre, at flere besøgende opdager og får glæde af de unikke oplevelser, som Rebild har at byde på. Alt med udgangspunkt i Rebild Kommunes Vision 2035.

VORES FOKUS ER

- At markedsføre, & brande Rebild og RebildPorten
- At have en generel og professionel digital tilstedeværelse

VORES VEJ DERTIL

- Ved at kontinuerligt at markedsføre Rebild gennem egne og eksterne platforme
- Ved at kontinuerligt være i dialog med medier, influencers og nøglepersoner
- Ved at internationalt promovere Rebild som en attraktiv vandre- og outdoordestination
- Ved at blive inspireret af best practise fra egne kampagner, data fra VDK og eksterne specialister
- Ved at arbejde med et generelt digitalt løft
- Ved at benytte 3-parts platforme som Facebook, LinkedIn, m.fl
- Ved at anvende moderne teknologi til at formidle oplevelser og muligheder
- Ved at opdatere hjemmesider, GDK-produkter og GoVisit indhold med input fra aktører

VORES MÅL ER

- At markedsføre lokalt med et "Allways on"-koncept og køre minimum 40-ugers lokale kampagner
- At markedsføre Rebild nationalt som én af DK 's bedste vandre- og outdoor-destinationer
- At lave landsdækkende og målrettet SEM (søgemaskinemarkedsføring)
- At få 15 artikler i lokale og regionale medier
- At benytte nye kanaler, så de yngre generationer også bliver bekendt med området (JP/JBL taler med Susia om disse mål)
- At øge antallet af organiske følgere på Facebook til 13.000 og Instagram til 6.000 (JP/JBL taler med Susia om disse mål)
- At benytte data til at optimere og forbedre kampagner, som har været benyttet i foregående år
- At migrere til VisitDenmarks nye hjemmeside løsning
- At få gennemgået og opdateret alle Guide Danmark produkter
- At udvikle de sprogversionerede hjemmesider
- At arbejde struktureret med SEO i relation til ny hjemmeside
- At opsætte GoVisit kampagner og landingssider
- At benytte 3-parts app-løsninger overfor danske og internationale turister
- At tilsikre opdaterede og kvalitetssikrede "produkter" på digitale platforme

EVENTS

Vi vil i 2025 - gennem udvikling af nye og eksisterende outdoorevents, og i tæt dialog med aktører og eventarrangører - fortsætte arbejdet med at udvikle Rebild til en innovativ og attraktiv eventdestination, hvor der året rundt afvikles mindeværdige outdoorevents, som kan sætte Rebild på landkortet hos danskerne.

VORES FOKUS ER

- At fortsætte med at brande Rebild som en outdoordestination med events året rundt.
- At fastholde og udvikle på nye og eksisterende outdoor events i Rebild.
- At være den foretrukne eventdestination for større outdooroplevelser.
- At tydeliggøre de muligheder der åbner sig, når man samarbejder med RebildPorten.

VORES VEJ DERTIL

- Ved at være i tæt dialog med aktører og fastlæggelse af målgruppe(r).
- Ved at være opdatere på de seneste trends og tendenser inden for oplevelsesøkonomi.
- Ved at være den samarbejdspartner man ikke vil være foruden og som skaber værdi.
- Ved at afdække behov et behov for pavilloner, soundbokse og strandflag.
- Ved at øge omsætning hos det omkringliggende erhverv.
- Ved at finde synergierne imellem eventarrangørerne og aktørernes udbud.
- Ved at sikre udbredelse til nye eventarrangører indenfor målgruppen.

VORES MÅL ER

- At tiltrække nye events i 2025/2026
- At lave 2 større kampagner med henblik på at tiltrække events og salg af startnumre.
- At udvide med 1 sportsgren og have det handicapvenlige element for øje.
- At være involverende i åbningen af den nye certificerede vandrerute.
- At udbyde kompetenceforløb indenfor Ai og sociale medier for arrangørerne.
- At afdække et behov ved arrangørerne samtidig med at brande "outdoor events".
- At RebildPorten som samarbejdspartner er synlig ved 25 større events i 2025.
- Udgive x artikler/opslag, hvor arrangører fortæller om samarbejdet.
- Afdække muligheden for at afvikle et Silent Event i bakkerne.
- At øge omsætningen hos turisterhvervet i forbindelse med afvikling af events.



5.

MEETNATURE

Vi vil i 2025 fortsætte den målrettede og målbare markedsføring af MEETNATURE som koncept og Rebild som attraktiv og innovativ erhvervsturismedestination med fokus på læringoplevelser i naturen. Dialogen om udvikling af oplevelser og læringsforløb med aktørerne er i fortsat fokus, samtidig med at vi efter 2 års pause igen vil markedsføre via traditionelle SoMe platforme i 2025.

VORES FOKUS ER

- At øge kendskabet til Rebild som en enestående natur- og kulturhistorisk erhvervsturismedestination.
- At sikre en målrettet og målbar markedsføring.
- At udvide samarbejdet med de lokale og eksterne turisme- og oplevelsesaktører.
- At skabe nye oplevelser for erhvervsturister i samarbejde med de lokale turisme- og oplevelsesaktører og fremtidige lokale iværksættere og erhverv.
- At samarbejde med UCN om studiepraktikanter med forskellige relevant studieretning.
- At øge kendskabet til MEETNATURE hos det lokale erhvervsnetværk.

VORES VEJ DERTIL

- Ved at inspirere og informere på MEETNATURES digitale platforme.
- Ved at lave opsøgende salg via 4 betalte LinkedIn kampagner.
- Ved at lave opsøgende salg via 2 betalte Facebook kampagner.
- Ved at lave opsøgende salg via 2 betalte Instagram kampagner.
- Ved at opsøge nye samarbejdspartnere og derved udvikle nye oplevelsespakker.
- Ved at understøtte og vejlede de lokale aktører om værdien af et tættere samarbejde.
- Ved at være synlig og opsøgende i dialogen med UCN og kommende praktikanter.
- Ved at tage kontakt til erhvervsnetværk i hele Rebild.

VORES MÅL ER

- SÅ sikre mindst 35 gruppebookninger i 2025.
- At få 10 nye referencer/cases fra virksomheder og aktører, til brug i markedsføring.
- At øge besøgstallet på MEETNATURES hjemmeside ift. 2023 + 2024.
- At øge LinkedIn siden med 150 følgere ift. 2024.
- At planlægge og eksekvere en kendskabstur for 15- 25 møde- & eventbookere.
- At udvide MEETNATURES netværk med flere møde- & eventbookere.
- At sikre at 2 pressemeddelelser udsendes.
- At få skabt mindst 1 ny innovativ og anderledes oplevelse for erhvervsturisterne.
- At få skabt mindst 5 korte brandingfilm og/eller interviews vha. praktikanter.
- At deltage i 2 årlige UCN MatchMaking messer.
- At 4 ud af de 35 gruppebookninger er fra lokale virksomheder.

