

## **Aftale vedrørende samarbejdet mellem Viborg Kommune og VisitViborg fra 1. januar 2017 til 30. juni 2018**

### **Indledning**

Samarbejdsaftalen mellem Viborg Kommune og VisitViborg for perioden fra 1. januar 2017 til 30. juni 2018 er udformet på baggrund af partnerskabsaftalen mellem parterne gældende for perioden 1. januar 2013 til 31. december 2016, der ved beslutning i Økonomi- og Erhvervsudvalget den 12. oktober 2016 er forlænget med 1½ år. Partnerskabsaftalen udpeger de generelle målsætninger og hovedindsatsområder for VisitViborg. Af partnerskabsaftalen fremgår det, at der hvert år i perioden skal udarbejdes en aftale vedrørende samarbejdet mellem Viborg Kommune og VisitViborg. Denne samarbejdsaftale gælder fra 1. januar 2017 til 30. juni 2018.

Samarbejdsaftalen mellem Viborg Kommune og VisitViborg skal desuden understøtte de til enhver tid gældende strategier for Viborg Kommune, som har betydning for VisitViborgs arbejde. For perioden fra 1. januar 2017 til 30. juni 2018 gælder det særligt udviklingsstrategien, markedsføringsstrategien, eventstrategien og erhvervsstrategien.

VisitViborgs arbejde er desuden defineret af 'Strategi for turisme', som er udarbejdet af Turistforeningen for Viborg & Omegn og som er godkendt af Viborg Kommune. Strategien angiver retning for turismeindsatsen frem til 2021.

Nærværende samarbejdsaftale præciserer, hvilke konkrete aktiviteter og indsatser VisitViborg skal iværksætte og gennemføre i perioden fra 1. januar 2017 til 30. juni 2018, samt hvilken effekt disse aktiviteter og indsatser forventes at have.

### **Turismeindsatsen under forandring**

Den indsats som turismefremmeaktører, herunder VisitViborg, og andre relaterede aktører gennemfører er under forandring. Både markedsføring og turistservice bliver i stadig større grad digital og udbredes på langt flere platforme. Rollen som katalysator for turismeservice (udvikling af turismeaktører og virksomheder) og turismeudvikling (udvikling af produkter, service og sammenhæng) bliver stadig mere væsentlig. Den klassiske turistservice er ikke længere bundet til et bestemt sted, men i højere grad til konstant tilgængelighed for turisten.

Den nationalt vedtagne Vækstplan for Turisme (vedtaget 2014) fokuserer på kyst- og naturturisme, møde- og erhvervsturisme samt storbyturisme.

VisitViborg skal løbende og i samarbejde med Viborg Kommune være opmærksom på at imødekomme de udfordringer og udnytte de nye muligheder som følger af ovenstående og andre forandringer, som har betydning for turismen på Viborgegnen. Dette gælder f. eks. for Business Region Aarhus' turismesamarbejde.

### **Om VisitViborg**

VisitViborg har til formål at fremme udviklingen inden for turisme i Viborg kommune, og udvikler og udfører turistservice over for turismevirksomheder og gæsterne på egnen. VisitViborg er organiseret under Turistforeningen for Viborg & Omegn, hvis bestyrelse er VisitViborgs øverste myndighed.

### **VisitViborgs indsatser og effektmål fra 1. januar 2017 til 30. juni 2018**

Den overordnede målsætning for VisitViborg er at fremme udviklingen inden for turisme i Viborg Kommune. VisitViborg varetager en række nærmere definerede opgaver for Viborg Kommune jvf. den

gældende partnerskabsaftale mellem Viborg Kommune og VisitViborg, samt nærværende samarbejdsaftale. VisitViborgs indsatsområder og effektmål fra 1. januar 2017 til 30. juni 2018 er vedlagt som bilag til denne aftale.

### **Rapportering og opfølgning**

VisitViborg skal deltage i et årligt møde med Viborg Kommunes Økonomi- og Erhvervsudvalg. Forud for mødet skal leveres en samlet aktivitets- og effektrapportering, samt årsregnskab med redegørelse for anvendelsen af Viborg Kommunes tilskud.

Desuden vil Økonomi- og Erhvervsudvalget løbende, blive forelagt resultater fra relevante evaluerings- og effektmålinger som vedrører den lokale turismeindsats, når disse offentliggøres. Dette drejer sig særligt om VisitDenmarks analyserapport "Turismens økonomiske betydning i Viborg", som er offentliggjort i 2016, samt 'gæstetilfredshedsundersøgelsen' som gennemføres i samarbejde med Dansk Kyst og Natur Turisme.

### **Økonomi**

Inden for rammerne af partnerskabsaftalen 2013-2016 mellem Viborg Kommune og VisitViborg og nærværende samarbejdsaftale fra 1. januar 2017 til 30. juni 2018 yder Viborg Kommune tilskud til VisitViborg.

Tilskuddet udgør i 2017 kr. 3.223.000,00

Tilskuddet for 1. januar 2018 til 30. juni 2018 afventer vedtagelse af budget 2018-21 i forventeligt oktober 2017.

Tilskuddet udbetales ad to gange med 2/3 den 1. januar 2017 og 1/3 den 1. juli 2017. Tilskuddet gældende fra 1. januar 2018 til 30. juni 2018 udbetales 1. januar 2018. Større opgaver for Viborg Kommune, som ligger uden for rammer og ordlyd, af denne aftale kan udføres af VisitViborg mod betaling eller væsentlig omprioritering af de i kontrakten anførte opgaver.

Aftalen godkendt:  
Viborg, den Viborg, den

-----  
Viborg Kommune  
Borgmester Torsten Nielsen  
  
Kommunaldirektør Lasse Jacobsen

-----  
VisitViborg  
Formand, Turistforeningen for Viborg & Omegn,  
Karl Marchl  
Turistchef Charlotte Kastbjerg

## **VisitViborg: Indsatser og effektmål fra 1. januar 2017 til 30. juni 2018**

VisitViborg varetager en række nærmere definerede opgaver for Viborg Kommune jvf. den gældende partnerskabsaftale mellem Viborg Kommune og VisitViborg. I perioden fra 1. januar 2017 til 30. juni 2018 skal VisitViborg fokusere på nedenstående opgaver.

### **1. Markedsføring**

- Gennemføre markedsføring på de udvalgte markeder, som indgår i Strategi for turisme, udarbejdet af Turistforeningen for Viborg & Omegn. Markedsføringen skal øge synligheden, bidrage til vækst i turisterhvervet og skabe mulighed for øget beskæftigelse. VisitViborg og Viborg Kommune skal i videst muligt omfang koordinere digitale kampagner og øvrig markedsføring for at opnå størst mulig kontaktflade og effekt af indsatsen. VisitViborg vil gennemføre markedsføringsindsatsen med afsæt i Viborg Kommunes markedsføringsstrategi under hensyntagen til turistforeningens medlemmers ønsker og vil hvor/når det giver mening benytte Viborg kommunes brandingløfte 'Glæd dig'/'Enjoy' og evt. den fælles Viborg-figur 'Victor'
- Markedsføre destinationen Viborg Kommune med stigende brug af digitale medier og på digitale platforme, som f.eks. hjemmeside, sociale medier, touch skærme og gennem digitale markedsføringsformer.

### **2. Events og turistservice**

- Understøtte Viborg Kommunes evenstrategi når events har turisme- og 'reason to go' potentiale med henblik på at udvikle og realisere vækstpotentialet i disse events, for turismeaktører. Fra 1. januar 2017 til 30. juni 2018 skal VisitViborg og Viborg Kommune særligt samarbejde omkring Snapsting (inkl. Hærvejsmarch og Hærvejsløb) og Generation Handball, særligt med henblik på kommercialisering af overnatninger.
- Opretholde og udvikle god og kvalificeret turistservice i henhold til autorisationskrav fra Dansk Turismefremme. Der er dog samtidigt fokus på fortsat udvikling af digital service.

### **3. Værdikæder og kompetenceudvikling**

- Udvikle og styrke værdikæder gennem udvikling og markedsføring af sammenhængende turismeprodukter, herunder udbrede oplevelsesbooking i samarbejde med turisterhvervet og øvrige samarbejdspartnere
- Styrke 'det gode værtsskab', samt tilbyde kompetenceudvikling for turisterhvervene i samarbejde med turisterhvervet og andre organisationer
- Indgå i konkrete samarbejder med andre kommuner og andre turismeaktører med henblik på fælles udvikling og markedsføring af destinationer, som går på tværs af flere kommuner, f.eks. erhvervsturisme og outdoor produkter.
- I samarbejde med Viborgegnens Erhvervsråd tilbyde turismefokuseret erhvervsservice og herigennem identificere vækstpotentiale hos det primære turisterhverv og iværksættere.
- Bidrage til at sikre vidensoverførsel fra vidensinstitutioner til det lokale turismeerhverv.
- Løbende sikre kompetenceudvikling af VisitViborgs medarbejdere, bl.a. så medarbejderne kan honorere de udfordringer, som et skift mod rollen som katalysatorer for turismeudviklingen kræver.

### **Effektmål**

Målingen af de enkelte effektmål gennemføres dels af VisitViborg, dels via statistik indhentet fra særligt Danmarks Statistik og VisitDenmark:

- Stigning i overnatningstallet jf. den strategiske målsætning i den Strategi Turistforeningen for Viborg og Omegn har vedtaget i 2015.
- Positiv udvikling i turisternes samlede forbrug i Viborg Kommune (i forhold til VisitDenmarks destinationsrapporter fra 2014 og 2016)

- Positiv udvikling i antal jobs som turismen skaber i Viborg Kommune (i forhold til VisitDenmarks destinationsrapporter fra 2014 og 2016)
- Positiv udvikling i besøgstal på udvalgte større attraktioner.
- 10% flere besøgende ift. 2015 på hjemmesiderne visitviborg.dk og facebook.com/vildmedviborg, herunder trafik der kommer fra de sociale medier, samt trafik og interaktion på de sociale medier.
- Øge omsætningen på enjoyviborg.dk med 20% i forhold til 2016.

Ud over ovenstående opgaver skal VisitViborg fortsat indgå i forskellige fora og netværk, som har til formål at styrke dialog og samarbejde mellem turismeaktører, kommune, erhvervsliv, detailhandel og andre relevante aktører.

#### **Øvrige opgaver**

Jf. beslutning i Økonomi- og Erhvervsudvalget den 12. oktober 2016, skal VIBORGegnens Erhvervsråd, VisitViborg og Viborg Egnens Handelsråd deltage i - og bidrage til en udviklingsproces, der skal lede frem til den mest optimale struktur for erhvervsfremme (rettet mod traditionelt erhverv, turisme og detailhandel). Arbejdet forventes at pågå fra ultimo 2016 til primo 2018, hvorefter et nyt byråd i Viborg Kommune skal behandle forslag til partnerskabsaftale med de 3 nævnte aktører.