

Pressemeddelelse VisitAarhus – offentliggørelse af strategi den 3. November 2009:

## Århus går nye veje

**Ny turismestrategi for Århus skal gennem en bredere forståelse af turisme bringe alle byens styrkepositioner i spil, og udfolde Århus som en af nordens mest attraktivt viden- og oplevelsesbyer med kvalitetsoplevelser for både borgere og gæster. Målet er flere internationale og nationale gæster til Århus, en tredobling af turismeomsætningen og 10.000 flere arbejdspladser inden for hotel og restaurantbranchen inden 2017.**

VisitAarhus' nye strategi "Århus i dag – Aarhus Tomorrow" sætter frem mod 2017 retningen for, hvordan Århus kan vende udviklingen og igen tiltrække flere gæster til byen. VisitAarhus har over de seneste 9 måneder, i samarbejde med en bred vifte af interessenter fra erhvervs- og kulturlivet samt uddannelsesorganisationerne, arbejdet med udarbejdelsen af en ny turismestrategi for Århus. (Strategien er nærmere beskrevet i vedhæftede dokument.)

Udviklingen skal især komme fra erhvervsturismen. Århus' tunge videnvirksomheder, med Aarhus Universitet i spidsen, sætter byen i en stærk position med hensyn til at tiltrække nationale og internationale konferencer og kongresser. Samtidig skal byen bringe aktører sammen for at skabe attraktioner inden for "Det gode og moderne liv" samt "Sjov, leg og læring". Dette involverer også aktører uden for kommunegrænsen, eksempelvis på Djursland.

"Vi vil fremadrettet arbejde med begrebet "gæster" og ikke den mere smalle betegnelse "turister". Alle gæster, der oplever Århus over en kortere eller længere periode - som studerende, forskere, medarbejdere eller besøgende - får et billede af byen. Det billede skal være et indtryk af en attraktiv, levende og dynamisk by", siger Chris Jensen, direktør i VisitAarhus.

Den attraktive by kan ikke alene skabes af kommunen, erhvervslivet, uddannelsesinstitutionerne eller kulturorganisationerne. Det kræver en fælles indsats. Det kræver en fælles vision for Århus.

"Vi gør mange ting i byen allerede. Men vi gør det spredt og ufokuseret. Opgaven er at samle kæfterne, skabe sammenhæng i aktiviteterne, så får byen større gennemslagskraft", siger Chris Jensen.

VisitAarhus kan med den bredere tilgang til turismebegrebet bevæge sig mellem kommune, erhvervs- og kulturliv samt uddannelsesinstitutionerne, og medvirke til at skabe partnerskaber og projekter, der understøtter ambitionen om at gøre Århus til en af Skandinaviens mest attraktive byer. Som facilitator har VisitAarhus en konkret målsætning om at skabe 3 internationale Århus-ikoner inden 2017. Det er VisitAarhus' opgave at fortælle og synliggøre byens historier med henblik på at øge kendskabet til Århus.

VisitAarhus har identificeret muligheden for skabe udvikling, økonomisk vækst og arbejdspladser i Århus og Østjylland. I dag er knap 6.000 ansatte indenfor hotel- og restaurationssektoren i Århus kommune. Målet er 16.000 i 2017. Ligeledes er det målet at øge den samlede årlige turismeomsætning fra godt kr. 1 mia. i dag til kr. 3 mia. i 2017.

”Århus i dag – Aarhus Tomorrow” vil over den næste måned blive præsenteret for et utal af interessenter med henblik på konkrete samarbejdsflader og initiativer.

For yderligere information henvises i første omgang til vedlagte strategipræsentation. Uddybning heraf kan ske via kontakt til:

- Chris Jensen, direktør, VisitAarhus, cell: 6086-1717 eller [cj@visitaarhus.com](mailto:cj@visitaarhus.com)
- Sten Tiedemann, bestyrelsesformand, VisitAarhus, cell:2217-0566 eller [st@fuaarhus.dk](mailto:st@fuaarhus.dk)

## Endorsement på ”Århus i dag – Aarhus Tomorrow”:

**Centerleder Lise Lyck, Center for Tourism and Culture Management, Copenhagen Business School:**

Nu sker der noget spændende i Århus!

Ny turismestrategi for Århus vil gå nye veje for at få flere udenlandske turister til Århus og dermed bryde den triste, langvarige udvikling med færre turister i Danmark. Metoden er simpel: Bind de eksisterende tilbud sammen til mere attraktive tilbud, og drag fordel af, at mange udlændinge studerer og arbejder i Århus. Sørg for attraktive tilbud til dem, så de får besøg af familie og venner og gør dem så glade for Århus, at de senere vil vende tilbage med familie og venner. Med andre ord: Skab positive ”word of mouths”. Det er billigt, og det virker, hvis det gøres rigtigt. (At det virker, ved vi fra undersøgelser af turister, der finder vej til Danmark, jf. for eksempel min seneste undersøgelse af turismen i 5 kommuner i Region Midtjylland)

**Turismedirektør Flemming Rasmussen, Destination Djursland udtaler:** ”Destination Djursland finder VisitAarhus’ strategi-oplæg: Århus i dag – Aarhus Tomorrow særdeles interessant. Ønsket om at styrke ikke blot Århus men hele Østjylland som destination, kan vi kun bifalde. Hvis vi seriøst ønsker at markere os internationalt skal det ske i fællesskab. Vi vil ikke få succes enkeltvis. Vi ser frem til at få etableret et strategisk partnerskab med VisitAarhus”

**Direktør Claus Bech, Århus City Forening udtaler:** ”Århus City Forening ser meget positivt på VisitAarhus strategien – specielt den markante internationale vinkel i visionen. Direktør Claus Bech, Århus City Forening, glæder sig bl.a. meget over, at byens stærke position inden for shopping og byoplevelser tænkes konkret ind i strategiplanen. Det ses som en klar styrkeposition for byen og et område, som kan intensiveres yderligere samt også anvendes til at manifestere Århus internationalt og derved på sigt tilføre byens samlede forretningsliv mere aktivitet”

**Direktør Thomas Bloch Ravn, Den Gamle By udtaler:** ”Jeg synes, det er vigtigt at man ser Århus som en del af en større Øst- og Midtjysk platform. Vi er nødt til at stå sammen med flere markante aktører for at blive synlige udenfor landets grænser”

**Direktør Peter Møller Laursen, Radisson Blu udtaler:** ”Jeg er glad for, at strategien nu endelig er på plads, og at man kan komme i arbejdstøjet. Jeg er glad for at se turismen i et bredere perspektiv, der forhåbentlig kan bringe flere aktører og interessenter på banen. Jeg hilser ligeledes mere hotelkapacitet i byen velkommen, idet vi ofte har udfordringer med at tiltrække store internationale kongresser til byen p.g.a.

begrænsninger i hotelkapaciteten. Det er imidlertid afgørende, at den ekstra hotelkapacitet understøttes af en markant stigning i aktiviteter og begivenheder, der kan bringe flere gæster til byen i weekender og ferieperioder, hvor byens hoteller i dag har store udfordringer med at tiltrække hotelgæster”

**Direktør Jens Hausted, Midtjysk Turisme udtaler:** ”Set ud fra et regionalt perspektiv er det af stor betydning, at Århus er fremkommet med en så markant og nytænkende strategi for sin turismeudvikling. Århus har et stort potentiale, som dynamo i den regionale turistudvikling, og med den nye strategi er muligheden for at realisere dette potentiale øget markant.”

**Nærmere oplysninger:**

Chris Jensen, direktør, VisitAarhus, cell: 6086-1717 eller [cj@visitaarhus.com](mailto:cj@visitaarhus.com)

Sten Tiedemann, bestyrelsesformand, VisitAarhus, cell:2217-0566 eller [st@fuaarhus.dk](mailto:st@fuaarhus.dk)