

# Toppen af Danmark



Formanden har ordet

Lyset Land

Markedsføring

Nyt fra Naturen+

Nyheder fra området





## Formanden har ordet.....

### Optimisme spores ...

De foreløbige meldinger går på, at det har været en god sommer, hvor masser af glade gæster har besøgt Lysets Land. Vejret i vores del af landet har sommeren over været væsentligt bedre end resten af landet, og statistikkerne tyder på, at 2011 turistmæssigt bliver et rigtig godt år.

### Lysets Land 2012

Selvom der heldigvis stadig ses mange turister i området, står efteråret for døren, men Toppen af Danmark er ikke ved at gå i hi. Nærmere tværtimod, og det er nu, hvor der for alvor tages hul på forberedelserne til 2012. Fx starter salget til den store Lysets Land-kampagne netop nu. Kampagnen omfatter – ud over hjemmesiden [www.lysetsland.dk](http://www.lysetsland.dk) / [www.toppenafdanmark](http://www.toppenafdanmark) - også det efterspurgte Lysets Land-katalog. Som noget nyt vil der til 2012 også blive lavet to "lomme-guider" med henholdsvis "Spisesteder og "Kunst og kultur". Desuden gennemføres en række kampagne- og udviklingsaktiviteter. Læs mere om disse på de kommende sider. Via en stærk profilering og brandingstrategi, er det målet at skabe en slagkraftig og synlig kampagne. Men det koster at omsætte det mål i praksis. Derfor er hovedforudsætningen for, at det lykkes, at vi alle – dvs. kommunerne, turistbureauerne og turistvirksomhederne – bakker op om kampagnetiltagene og i fællesskab sikrer et fornuftigt økonomisk fundament for de aktiviteter, der gerne skal igangsættes.

### Naturen+

De konkrete resultater af de tiltag, som er udviklet i vores helårsturisme projekt Naturen+, bliver nu mere og mere synlige. Nye tilbud til fugleinteresserede gæster i uge 37, - masser af spændende arrangementer i den kommende Kunstuge i uge 38 og meget andet, som I kan læse mere om på de følgende sider. Vi håber, at turistvirksomhederne vil bruge de nye tilbud aktivt i markedsføringen - og som tilbud om gode oplevelser til de gæster, der er i området.

### 2012

Toppen af Danmarks handlingsplan og budget for 2012 er i øjeblikket til behandling i kommunerne, ligesom bestyrelsen også har bedt kommunerne forholde sig til en fortsættelse af helårsturismeudviklingen efter Naturen+ ophører pr. 31. juli 2012.

Desværre har vi netop modtaget officiel melding om, at Læsø Kommune ønsker at melde sig ud af Toppen af Danmark-samarbejdet ved årsskiftet. Læsø har været en del af samarbejdet siden destinationsselskabet blev stiftet i 1996, og der skal ikke være tvivl om, at bestyrelsen beklager beslutningen. På næste bestyrelsesmøde vil vi drøfte konsekvenserne og tage initiativ til tilretning af budgettet for 2012 uden bidrag fra Læsø, så aktiviteterne i det kommende år stort set kan gennemføres som planlagt.

Til slut vil jeg gerne opfordre alle til at deltage i vores årlige fyraftensmøde, som i år holdes den 13. oktober kl. 16-21 på Nord-søen Oceanarium.

Arne Boelt

Formand

# Tid til at invitere gæster i 2012

## Lysets Land - nu i 3 foldere...

Der er flere nye spændende tiltag i Toppen af Danmarks nye Lysets Land-kampagne 2012, som turistbureauerne netop nu tilbyder erhvervet at deltage i.

### Flot Magasin – Lysets Land 2012

Vi laver ligesom sidste år et større katalog, hvor vi præsenterer hele området både i flotte billeder og i helt konkrete tilbud, fortæller Inger Grund Petersen, formand for Lysets Land-udvalget. Kataloget bliver distribueret både i Danmark, Norge, Sverige og Tyskland, som er de helt store aftagere.

Lysets Land-magasinet kan selvfølgelig ikke erstatte den lokale guide, men gør det muligt at give et samlet indtryk af hele Toppen af Danmark, og med det når vi langt ud over Danmarks grænser med budskabet.

Derfor er det også vigtigt, at alle byer udnytter muligheden for at profilere sig i Lysets Land-kampagnen.

### To nye foldere - God mad og kunst i Toppen

Toppen af Danmark satser i disse år stærkt på de oplevelser, som vores mange gode spisesteder og spændende lokale kunstnere og kunsthåndværkere bidrager med. Arrangementer som Smagen af Kunsthåndværk, Kunstuger og de mange kvalitetsfødevarermarkeder har været med til at sætte fokus på oplevelserne.

Nu skal to flotte tema-foldere i lommeformat gøre det endnu lettere for gæsten at få et overblik og benytte sig af de mange tilbud. Folderne "Spisesteder" og "Kunst og Kultur" i Toppen af Danmark vil blive distribueret i hele Nordjylland og vil kunne rekvireres på turistbureauerne og hos de del-

tagende virksomheder. Når man som restaurant eller kunsthåndværker tegner en annonce i Lysets Land, får man automatisk en flot præsentation i den attraktive tema-folder.

### Nyt - Applikationer til iPhone og Android

Toppen af Danmark har allerede et mobil-site med alle erhvervets turistinformationer til ([www.lysetsland.dk/mobil](http://www.lysetsland.dk/mobil)). Vi er desuden i gang med at udvikle apps til iPhone og Android, som vil gøre det endnu nemmere for gæsterne at finde informationer om overnatningssteder, spisesteder og attraktioner på mobiltelefonen. Annoncerer man i Lysets Land, bliver man automatisk tilgængelig på de nye apps.

### Slå til, og få flere gæster i 2012..

Alle, der annoncerer i Lysets Land får glæde af de mange skibe, der netop nu sættes i søen: Vi giver erhvervet en enestående platform til at sælge overnatninger, god mad, shopping og oplevelser på. Og netop fordi vi lægger kræfterne sammen, kan vi nå ud med budskabet og befæste Toppen af Danmark som Danmarks mest populære feriedestination.

Så sørg for allerede nu at købe dig plads i denne succes gennem dit lokale turistbureau, som kan fortælle dig alt om priser og muligheder for at blive synlig, så gæsterne kan finde dig i 2012.

## "Lysets Land 2020" - ny strategi for Toppen af Danmark.

Med ekstern støtte fra EU-regionalfondsmidler har Toppen af Danmark det seneste år under overskriften "Vækst via netværk – Lysets Land 2020" afviklet en proces med det formål at formulere en langsigtet vækstplan for turismen i de kommuner, som Toppen af Danmark omfatter. I foråret var strategien til høring ved ejerkredsen, og efter mindre tilretninger godkendte bestyrelsen strategien i juni måned. Den endelige strategi kan ses på [www.lysetsland.dk](http://www.lysetsland.dk) under partnerforum. Senest har den nye strategis mål m.m. dannet baggrund for udarbejdelse af Toppen af Danmarks handlingsplan for 2012.

## Fyraftensmøde den 13. oktober 2011

Toppen af Danmarks fyraftensarrangement byder i år på et oplæg om internettet og dets muligheder for de enkelte nordjyske turistvirksomheder fra konsulent i digitale teknologier og adjunkt på Aalborg Universitet, Reimer Ivang. Herefter vil der blive sat fokus på, hvordan de enkelte virksomheder effektivt kan få glæde af resultaterne fra de 5 store analyser, der er udviklet i helårsturisme-projektet Naturen+, og afslutningsvis orienteres om igangværende projekter. Arrangementet finder sted på Nord-søen Oceanarium den 13. oktober kl. 16.00 – 21.00.

Venligst tilmelding til sekretariatet på tlf. 9842 3149. Invitation og program findes på [www.lysetsland.dk](http://www.lysetsland.dk) under Partnerforum.

# Markedsføringskampagner



## Lime og Kulør

I september kører Toppen af Danmark en 2-sides kampagne i indstore-magasinerne Lime og Kulør, hvor vi sætter fokus på Kunstugen i uge 38 - et Naturen+ projekt - og udvalgte arrangementer i efteråret.

Lime og Kulør er 2 gratis-magasiner, og Lime findes i 410 Net-butikker, mens Kulør findes i Spar-kædens 550 butikker over hele landet. Tilsammen har de 2 magasiner et læsertal på knapt 600.000. Kampagnen laves i samarbejde med VisitNordjylland.

## Momento

I septemberudgaven af magasinet Momento, har Toppen af Danmark købt en helsides annonce og samtidig bringes en 3-sides artikel om fugle og fugleaktiviteter i Lysets Land i efteråret – endnu et Naturen+ projekt.

Momento er et gratismagasin, som distribueres i hele Danmark og i september i et oplag på 92.000 ex. Eksempelvis distribueres Momento til tandlæger, skønhedsklinikker, svømmehaller, frisører, Louis Nielsen-butikker, Taxi Nord (750 taxaer), busselskaber og udvalgte caféer. Annoncekampagnen laves i samarbejde med VisitNordjylland

## Facebook- & Googlekampagne

Toppen af Danmark har igangsat 2 profileringskampagner på både Facebook og via Google, som er gået i luften i denne uge. Der vil være fokus på primært Kunstuge i uge 38 og efterårsferien i uge 41 og 42.

## Google

Til denne kampagne er defineret en række søgeord, som bruges i forbindelse med Google-annoncering. Desuden har vi defineret målgrupper, både geografisk og på alder. Via små tekstannoncer i højre side på Google-siden, ledes gæsten direkte ind på vores Kunstugeside på lysetsland.dk.

## Facebook

På Lysets Lands Facebook-siden er indsat et faneblad, som også er gjort til velkomstsider for nye Facebook-besøgende, og tidligere besøgende kan finde fanebladet i venstre side på Facebook-siden.

## Jyllands-Posten

I lighed med sidste år, planlægges en kampagne i Jyllands-Posten i oktober med fokus på aktiviteter i Lysets Land i efterårsferien og resten af året. Samtidig får erhvervet mulighed for at profilere egen virksomhed og diverse tilbud. Der er i første omgang planlagt 1 dobbelttopslag, men er der stor interesse fra erhvervet, udvides kampagnen.

Kampagnemateriale er på vej ud til erhvervet.

# NYT fra Naturen+

## ”Lysets Land i mørke”

Netværket ”Lys i naturen” har med hjælp af ekstern konsulent fået udarbejdet forslag til, hvordan aktiviteter i den ”mørke tid” kan bidrage til at øge indtjeningen hos såvel arrangører som hos overnatningsvirksomhederne og spisestederne. I første ombæring er det besluttet at arbejde videre med kyndelmissearrangementer og rollespilsfestival. I løbet af efteråret vil netværket inddrage relevante virksomheder, og der skal i processen fokuseres på, at tiltagene i sidste ende bidrager til øget omsætning ude i de enkelte deltagende virksomheder.

Se mere på hjemmesiden: [lysetsland.dk](http://lysetsland.dk) > partnerforum > Naturen+ > Lys i naturen eller kontakt projektleder Bente Christensen på sekretariatet.



## Kunstuge i Lysets Land – for 2. gang

I uge 20 blev den første Kunstuge afholdt i Lysets Land, og i uge 38 afvikles den anden. Der er også denne gang stor tilslutning fra områdets kunstnere, kunsthåndværkere og gallerier. I alt er der 72 anderledes og skæve kunstoplevelser, og gæsterne tilbydes en hel uge med daglige events og kunstarrangementer. Som noget nyt er der denne gang 6 overnatningsvirksomheder, der har koblet sig på Kunstugerne og nu udbyder Kunstugeophold. De har valgt at lave miniferie/ophold, hvor gæsterne selv kan vælge hvilke og hvor mange af Kunstugearrangementerne, de vil deltage i.

Via midler fra Toppen af Danmarks markedsføringspulje synliggøres den kommende kunstuge på forskellig vis:

- Google- og Facebook-annoncekampagne om Kunstugen, som afvikles i uge 34-38
- Der er henover sommeren lokalt uddelt 50.000 Kunstugepostkort
- Omtalen på hjemmesiden [lysetsland.dk](http://lysetsland.dk) er udvidet
- Øget omtale af Kunstugen på Facebook
- Annoncering i Jyllandsposten
- Stort trykt program, som distribueres i hele området
- Løbende udsendelse af pressemeddelelser

Der er stor tilslutning fra mange aktører, og det er målet, at antallet af medvirkende aktører – fx spisesteder – øges til den næste Kunstuge, som afvikles i uge 18, 2012 (Store Bededagsugen).

## Hestene i Lysets Land

Som en del af indsatsområdet ”Mennesket i naturen – løb, vandring, ridning og cykling” har en arbejdsgruppe arbejdet intensivt med udvikling af hesteturismen i Lysets Land.

Ambitionen med arbejdet har været udvikling af nye produkter, samarbejde og videndeling på tværs af aktørerne samt et ønske om fælles markedsføring.

Allerede i foråret kunne arbejdsgruppen præsentere et nyt oplevelsesprodukt, der er udsprunget af de nye relationer i gruppen – nemlig ”tour de kyst til kyst”, hvor interesserede kunne ride fra kyst til kyst i Lysets Land, og hvor overnatning, forplejning og guide var inkluderet.

Det næste skridt i processen har været at få organiseret aktørerne, og i den forbindelse har Naturen+ støttet op om dannelsen af en erhvervsforening for hesteaktører. I slutningen af august blev foreningen ”Hestene i Lysets Land” en realitet, da ca. 30 hesteaktører mødte op til stiftende generalforsamling. Den nye bestyrelse skal fremadrettet varetage foreningens interesser, og Naturen+ har således ikke længere en aktiv rolle i arbejdet. I arbejdsgruppen har der, udover kommercielle aktører, også været deltagelse fra både Projekt Riderute, Region Nordjyllands projekt Rekreative Ruter samt LAG Vendsyssel, og det har hele vejen igennem været et godt samarbejde på tværs af de forskellige aktører. LAG Vendsyssel har tilkendegivet, at de vil være positive ift. en ansøgning fra foreningen, når idéerne har taget form og er blevet konkretiseret.

## Profilering af årstider

Den første årstidsspecifikke segmentanalyse, der omhandler forår, blev præsenteret for netværket i juni. Analysen indeholder en redegørelse af de fem segmenter, som konsulentfirmaet arbejder ud fra, - en grundig kortlægning af destinationens oplevelsestilbud, samt en beskrivelse af de værdier, som besøgende vægter højt ift. besøg i forårs månederne. Nogle af pointerne fra den første delanalyse er, at der markedsføringsmæssigt kan fokuseres på årstidernes skiften, samt at foråret kommer tidligt til Lysets Land i forhold til eksempelvis Norge og Sverige. Ligeledes skal det synliggøres, at der både er mulighed for ”ro og ræs” – kortlægningen af oplevelsestilbud viste nemlig, at der også i forårs månederne er rigtig mange tilbud og muligheder i destinationen.

Henover sommeren er besøgende i både Skagen, Løkken og på Læsø interviewet, og resultaterne af dette samt en kortlægning af sommermånedernes oplevelsestilbud danner udgangspunkt for den næste segmentanalyse, der omhandler sommer og som præsenteres for alle interesserede d. 19. september. Analyserne kan ses under ”Partnerforum” på [lysetsland.dk](http://lysetsland.dk) eller kan rekvireres ved henvendelse til projektkoordinator Anne-Sofie Ydesen på mail [anne-sofie@toppenafdanmark.dk](mailto:anne-sofie@toppenafdanmark.dk)

- fortsættes

DEN EUROPÆISKE UNION

Den Europæiske Fond  
for Regionaludvikling



Vi investerer i din fremtid

## Tilgængelighed for alle

Indsatsområdet "Tilgængelighed for alle" er startet op i juni måned, og i netværket er det besluttet at prioritere indsatsen om to områder:

- Tilgængelighedsmærkning af destinationen
- Synliggørelse af oplevelsestilbud til gæster med en form for funktionsnedsættelse.

Der bør i større grad fokuseres på information om tilgængelighed hos den enkelte aktør, og det gælder både overnattingssteder, restauranter, attraktioner, infrastruktur mv. Det er vigtigt, at informationen kommer ud via de rigtige kanaler, og i forlængelse af det, vil Toppen af Danmark internt arbejde med øget synlighed på egne platforme.

For yderligere oplysninger kontakt projektkoordinator Anne-Sofie Ydesen på sekretariatet.

## Velkommen til Anne-Sofie Ydesen

Projektkoordinator Mette Greisen Damsgaard er gået på barselsorlov, og derfor overlod hun d. 1. september sin plads til Anne-Sofie Ydesen, der skal være hendes barselsvikar.



Anne-Sofie er cand. mag. i fransk, internationale studier og turisme, og har tidligere arbejdet som projektmedarbejder ved Stena Line og marketingmedarbejder på Skallerup Klit. Anne-Sofie er 33 år, bosat i Sdr. Harritslev syd for Hjørring og har to børn. Anne-Sofie bliver ansvarlig for følgende indsatsområder: Tilgængelighed for alle, Profilerings af årstider, Seværdigheder og bymiljøer, Toppen i Børnehøjde og Mennesket i Naturen.

## Den gode historie –

udvalgte arrangementer for børn og voksne

Folderen der dækker efterårets- og vinterens mange oplevelser forventes at være klar i slutningen af november.

TV2's store julekalender om Stygge Krumpen, der foregår på Børghlum Kloster, er et helt oplagt tema, for at få mulighed for at få mange relaterede arrangementer med, så udkommer brochuren først i slutningen af november. Brochuren vil naturligvis stadig indeholde mange andre temaer som f.eks. "Kunstner for en dag", "Rollespil", "Naturen netop nu" og "Der var engang". Alle arrangementerne vil være markeret med piktogrammer der viser, om de er for børn, voksne, hele familien og hvorvidt de er tilgængelige for personer med nedsat funktionsevne.



## Rekordhøjt besøgstal på lysetsland.dk

Igen i år har Toppen af Danmark sat nye rekorder med et statistiktal på lysetsland.dk på over 100.000 besøg og over 470.000 sidevisninger i juli måned. Siden er dermed den klart mest besøgte af alle danske turismesider i VisitDenmarks portalløsning i både juni og juli måned og den mest besøgte i de første 7 måneder med over 405.000 besøg.

Statistikken viser en tydelig vækst i kommunikation på nettet og samtidig en øget vækst i besøg på specielt den tyske version af siden, hvilket efter de foreløbige tal at dømme allerede har resulteret i øget omsætning hos erhvervet.

Med opbygningen af hjemmesiden i en samlet portal skabes en god synergi mellem de lokale områder, der er medvirkende til det høje besøgstal og er en styrke i markedsføringen. Samtidig viser de stigende besøgstal på internettet for hvert år, at online kommunikation i høj grad er værd at satse på i fremtiden.

# Digital informationsformidling via brugerbetjente TV-skærme

Turistbureauerne i Hjørring Kommune har taget nyt udstyr i brug.

I forbindelse med Hjørring Byråds beslutning om at omstrukturere og udvide bevillingen til turistbureauerne afsattes et beløb til at eksperimentere med digitale løsninger på informationsformidlingen til turisten. Sindal mistede sit eget turistbureau, som blev erstattet af en turistinformation på Sindal Bibliotek organiseret under Hjørring. Det var byrådets klare ønske, at der skulle afprøves en digital løsning netop i Sindal. En lille snæver arbejdsgruppe bestående af folk fra Hjørring Kommune, turistbureauerne og en campingpladsejer gik i gang med at sondere markedet, og tog ud i Jylland for at se på løsninger. Valget faldt på firmaet Active Window® i Vejle ([www.activewindow.dk/forside.aspx](http://www.activewindow.dk/forside.aspx)). Firmaet, som bl.a. laver løsninger til VisitAarhus og andre turistbureauer, tilbyder et utroligt brugervenligt og lynhurtigt interface til VisitDenmarks GuideDanmark produkter.

Det findes i to udgaver:

**Active Window:** Består af en 42" skærm som kan placeres bag et hvilket som helst vindue – i Sindal sidder det f.eks. i Super Brugsen på hovedgaden. Brugeren manøvrerer rundt på skærmen ved hjælp af et panel, som sidder under skærmen (også på indersiden af ruden). Man sætter simpelthen sin hånd henover 4 blåtlysende "manøvreknapper", som giver mulighed for at bringe dig til venstre og højre på skærmen, enter et givet produkt eller gå tilbage. Ved at placere skærm og panel bag en butiksrude undgår man det hærværk, man ofte ser på digitale løsninger placeret i byrummet.

**Touch-løsning:** Består af en 23" trykfølsom skærm, som kan placeres hvor som helst inden døre i f.eks. et turistbureau, et hotel, en turistattraktion osv. – kun fantasien sætter grænser. Her får man de samme oplysninger, som i Active Window-løsningen, men brugeren trykker sig frem direkte på skærmen. Man mødes altid af en åbningside. Her findes valgmulighederne oplistet for den aktuelle by. Men vi har fået lavet en rammeaftale gældende for alle turistaktører i Lysets Land, som gør, at man fra åbningsbilledet kan trykke sig ind i en af de andre byer her. Man kan også fra forsiden vælge at søge på f.eks. overnatning i hele Lysets Land.



Via et simpelt cms-system kan det enkelte turistbureau designe den store billedramme, som også pryder forsiden. Her kører en flash af fotos, hvor man selv bestemmer indholdet – det kan f.eks. også være annoncer for turisterhverv eller reklamer for kommende events. Nederst i skærmen er der et løbende banner, som vi også selv kan bestemme indholdet på.

Netop nu udvides systemet med generering af de såkaldte QR-koder og et tilhørende mobilsite. QR koderne indlejres i produktbeskrivelsen, og giver brugeren mulighed for at tage oplysningerne med på sin mobiltelefon. Endelig tilbydes der en egentlig mobilapplikation til såvel iPhone som Android. Aarhus tager netop nu et sådant system i brug.

Systemet er økonomisk meget overkommeligt, og det viste sig, at bevillingen fra Hjørring Kommune gjorde det muligt nu at præsentere "Active Window"-løsninger i både Hirtshals og Sindal, samt "Touch" løsninger på turistbureauerne i Løkken, Lønstrup, Hirtshals, Tversted, Sindal og Hjørring.

Systemerne er i drift, og lidt børnesygdomme er luset ud. Det kører nu godt og præsenteres snart for de øvrige turistchefer i Toppen af Danmark. Det er opfattelsen, at systemerne kan være meget attraktive og økonomisk overkommelige også for hoteller, restauranter, turistattraktioner mv. i Lysets Land. Et samarbejde med f.eks. handelsstandsforeninger eller borgerservice er også oplagte. Interesserede er meget velkomne til at kontakte Børge Søndergård, Turistchef i Hjørring.

## "Humlebi" som fremskudt turistservice i Hjørring

Alle ved, at en humlebi rent videnskabeligt ikke burde kunne flyve, men den ophæver fysikkens love og gør det jo alligevel! Et lille fantastisk dyr.

Hvad har det med Hjørring Turistservice at gøre? Børge Søndergård, Turistchef i Hjørring fortæller: Jo, vi har anskaffet en lille italiensk knallertbil, som vi skal bruge til vores fremskudte turistservice. Sådan én hedder Piaggio Ape 50 og Ape betyder "humlebi" – måske fordi den lyder lige så irriterende, er lille, tyk og kompakt, eller fordi den trods alle odds og rent faktisk kører. Ideen er, at vi ved passende lejligheder kan køre ud i "pastoratet" og aktivt opsøge de steder, hvor turisterne er. Her åbner vi ind til ladet, som er fyldt med brochurer. Vi har en bærbar PC'er med mobilt bredbånd med – og vupti er vi et helt lille turistkontor. Vi kan også klæbe plakater op på siden af kabinen.

Tilladelse til at køre og holde på gågader i kommunen er indhentet fra politi og Hjørring Kommune.

Vi fik "humlebien" leveret lige før sommersæsonen. Vi ville gerne have den dekoreret på siderne, før vi kørte ud med brask og bram. Det kunne ikke nås, men vi fik da navn og turisthjerter på dørene.

I stedet brugte vi den i vores fremskudte turistservice (sammen med et stort hvidt bord) i Metropols stueetage – lige indenfor i indgangspartiet. Vi har de sidste par år rykket en fremskudt turistservice ned i indgangspartiet i uge 30, som er den store Dana Cup uge med en befolkningsforøgelse på ca. 20.000 til 25.000 i Hjørring og omegn. I år besluttede vi at rykke ned i ugerne 28 til og med 30. Vi stod der sammenlagt i 16 dage i 6 timer hver dag.

Og sikke en succes! Masser af ros for initiativet fra lokalbefolkningen, masser af turister, som ville have hjælp – ofte fungerede vi som informationscenter for Metropols forretninger og handelslivet generelt i Hjørring.

Lidt statistik fra de 3 uger:

- uddelt 2670 brochurer (og mange flere tog folk selv fra bordet, som også var fyldt op med brochurer til selvbetjening i de timer, vi ikke var der).
- Svarede på 1175 spørgsmål af alt mellem himmel og jord
- Uddelte 493 P-skiver til udenlandske gæster, som ikke lige kendte dén ordning
- Og så nåede vi i den sidste uge at sælge 13 styk af de nye flotte cykelkort fra VNJ.

Vi glæder os nu til at få "humlebien" dekoreret, så vi forhåbentlig kan nå lidt ud i landskabet, inden det bliver vinter, slutter Børge Søndergård.



## Små fisk er flyttet ind på Hotel Viking

På Hotel Viking i Sæby, hvor man har specialiseret sig i wellness, har man taget et nyt initiativ: behandlinger med Garra Rufa-fisk. De små fisk lever i ferskvand, kommer oprindeligt fra Tyrkiet og er i familie med de sydamerikanske piratfisk, men de går også under navnet "doktorfisk", fordi de bruges til at behandle alle former for hudlidelser. Behandlingen har vist sig effektiv ved hudsygdomme som f.eks. psoriasis, men kan også nydes som ren velvære og pleje ved tør hud på hænder og fødder.

Det er gået rigtig godt med vores forsøgspersoner, så nu åbner vi for vores kunder, fortæller hotellets ejer Steen Fabricius, som også oplyser, at man for øjeblikket udfører 5-6 behandlinger pr. dag og er i gang med at projekttere 5 nye bassiner.



## Hirtshals Fiskefestival 2011

Traditionen tro blev der den første weekend i august afholdt Fiskefestival i Hirtshals.

Ideen bag Hirtshals Fiskefestival er at formidle viden om fisk og fiskeri på en sjov og lærerig måde. I år var festivalen udvidet med en ekstra dag, nemlig torsdag, hvor alle aktiviteterne var koncentreret omkring Nordsøen Oceanarium. Weekenden over bød festivalen bl.a. på fiskekokkeskole, fiskeauktion, virksomhedsbesøg, guidede havnerundsejladser og ikke mindst smagsprøver på fisk. Arrangørerne vurderer, at et sted mellem 8.000 og 10.000 besøgte fiskefestivalen.

## Flytning Hirtshals Turistbureau

Hirtshals Turistbureau flyttede den 1. maj 2011 til Hirtshals Service- og Velkomstcenter ved E39, hvorfra bureauet i helt nye lokaler har fået en optimal base til at fange de mange potentielle turister, som ellers blot ville suse til og fra færgelejerne, og udenom byen. Via de 3 færgerederier Color Line, Fjord Line og Smyril Line er Hirtshals et væsentligt trafikknudepunkt i Norden.

Samtidig har Hirtshals Turistforening, i samarbejde med Vendsyssel Historiske Museum, etableret bemandet turistservice på Hirtshals Museum i centrum af byen, hvorfra der nu ydes personlig service til byens strøgturister.

Som nyeste skud på stammen i forhold til servicering af vores turister, har Hirtshals Turistbureau netop fået installeret digital turistinfo, hvor gæster via selvbetjening, døgnet rundt, kan finde relevant information om lokalområdet og Toppen af Danmark. Der arbejdes i øjeblikket på at få etableret en lignende løsning i centrum af byen. Den digitale løsning er kommet i stand via tæt samarbejde med Hjørring Kommune.

## Palm City i Frederikshavn har haft de første gæster!

De første 5 huse i BEACH området i Palm City blev bygget inden sommerferien og færdiggørelsen af byggemodningen i dette område er også snart klar.

Hen over sommeren har husene haft flere udlejninger og der kommer fortsat gæster henover sensommeren.

Planlægningen af opførelsen af de næste 5 huse er i gang og de bliver opført inden efterårsferien.

Til næste år vil der være 15-20 færdige huse. Alle disse huse er solgt til forskellige ejere og er også klar til udlejning i 2012.

Nyhedsbrevet udgives af

Destinationsselskabet  
Toppen af Danmark A/S  
Skandiatorv 1, 2.

DK-9900 Frederikshavn  
Tlf. 98 42 31 49

E-mail: tad@toppenafdanmark.dk

www.toppenafdanmark.dk / www.lysetsland.dk

Redaktion: Sekretariatet

LysetsLand.dk   
Toppen af Danmark