Mark:

Vi fik et oplæg om at man kan bruge Google Maps til at finde en rute fra et punkt til et andet, men man har ikke muligheden for at angive mange punkter og få den bedste rute. Så det vi egentlig har fået til opgave, er at lave et sådan produkt, der kan det, og i den anledning tænkte vi at turister kunne værre en case. Sådan noget med at finde rundt mellem seværdigheder, finde ud af hvad de vil se, og så give dem en rute der kan vise dem rundt i Aalborg, eller enhver storby, men nu var det lige Aalborg vi havde fokus på. Så det er egentlig meget generelt det. Så har vi haft nogle spørgeskemaundersøgelser, hvor vi har spurgt folk om hvad de gerne vil se, og om de vil have fokus på at se det mest interessante ting i Aalborg, eller bare vil have en hurtig tur rundt. De svarede så, at de gerne ville have den mest interessante rute.

Mikael:

Hvis de vidste at de skulle fra et punkt til et andet, eller den ene attraktion til den anden, om de så vil have nogle ideer til hvad der er den mest interessante vej, altså måske skulle de gå en km ekstra, men så fik de set nogle andre små attraktioner, eller om de bare ville have den hurtigste rute, hvor vi kom frem til at folk gerne vil have den mest interessante rute, hvor de kan krydse af hvad de vil ud og se.

Mark:

Ideen for os, ville så være at lave en lille app, man har på sin telefon, hvor man så kan se at folk fx har ranked Aalborg Tårnet til at være 4/5, ”har du så lyst til at se den” hvis folk kommer forbi. Det kunne værre sådan noget i den stil. Ja, så det vi først gerne vil høre noget om, er turisme i Aalborg

Lars:

Til alt det specifikke der, der henter jeg lige min kollega Kim, hvis han lige har tid, for der er jeg fuldstændig blank på viden om hvad vi lige gør, så lad os tage de der generelle spørgsmål først, og når vi så bliver lidt mere specifikke, så finder jeg lige ud af hvilken ven jeg skal ringe til.

Mark:

Godt, jamen turisme i Aalborg. Hvordan, hvorledes, hvor mange og hvad vil de gerne se, og hvordan hjælper i dem rundt?

Lars:

Altså, vi måler det jo på flere forskellige måder. Den mest anvendte, det er at se hvor mange overnatninger vi har i byen. Det ved vi jo fra byens hoteller, som indberetter det til Horesta, som så gør det tilgængelig hos Danmark Statistik, så vi kan gå tilbage og se hvor mange overnatninger der har været i juni måned 2014, og hvordan så det ud i forhold til juni måned 2013, og hvordan var fordeling på nationaliteter, var der fremgang på norske, var der tilbagegang på svenske, hvad med engelske, kinesiske osv. Osv. Så det er den måde vi normalt pejler efter, når vi snakker om hvorvidt det går godt eller skidt for turisme i Aalborg.

Men der er så lidt en ubekendt faktor, som vi ikke har nogle præcise tal på. Det er alle de gæster som kommer uden at overnatte. Det er fx de gæster der tager færgen oppe fra Kristiansand til Hirtshals og styre deres automobil til Bilka, hvor de voldboller supermarkedet derinde, fylder bagagerummet op med kølevare og hvad de eller lige har brug og behov for, og som i øvrigt er møg hamrende billigt, for i Norge koster alt 2-3 gange så meget som det gør i Danmark, og så går de typisk jo ind i midtbyen, eller i en af restauranterne derude, shopper lidt rundt og hygger sig lidt, inden de så om aftenen kører tilbage igen og tager færgen hjem. Dem har vi jo ikke så forfærdelig mange tal på. Vi ved hvor mange endagsturister Color Line har med færgen, men vi ved rent faktisk ikke om de kører til Hjørring, eller kører til Aalborg eller til Århus. Vi ved af erfaring og fornemmelse, at rigtig mange kører til Aalborg fordi en af de primære grunde til at de kører hertil, er Bilka. Og sådan er der selvfølgelig også nogle andre målgrupper, hvor man kan sige der er nogle der falder uden for den der målbare ramme. Og det har vi ikke rigtig fundet ud af at få sat i system endnu. Hvor mange turister er der? Jamen jeg tror lige jeg vil tage at vise jer nogle nøgletal.

Mark og Mikael snakker.

Lars:

Se nu får i lige en lille gave. Se det der er sådan set vores partnerkoncept. Det er det materiale vi bruger til at gå ud og erhvervet til at forstå at vi ligesom står sammen om den her markedsføring. VisitAalborg er jo sådan delvist kommunalt ejet. Det er kommunen der betaler den største del af vores drift. Lige knap 40% af de knap 15 millioner vi har i årlig driftsbudget, de er finansieret af kommunen. Resten, dem skaffer vi sådan set selv, ved hjælp af partnerskaber med erhvervet, hoteller, restauranter, attraktioner, detailhandelskæder, virksomheder, lufthavn, kongres og kulturcenter etc. Etc.