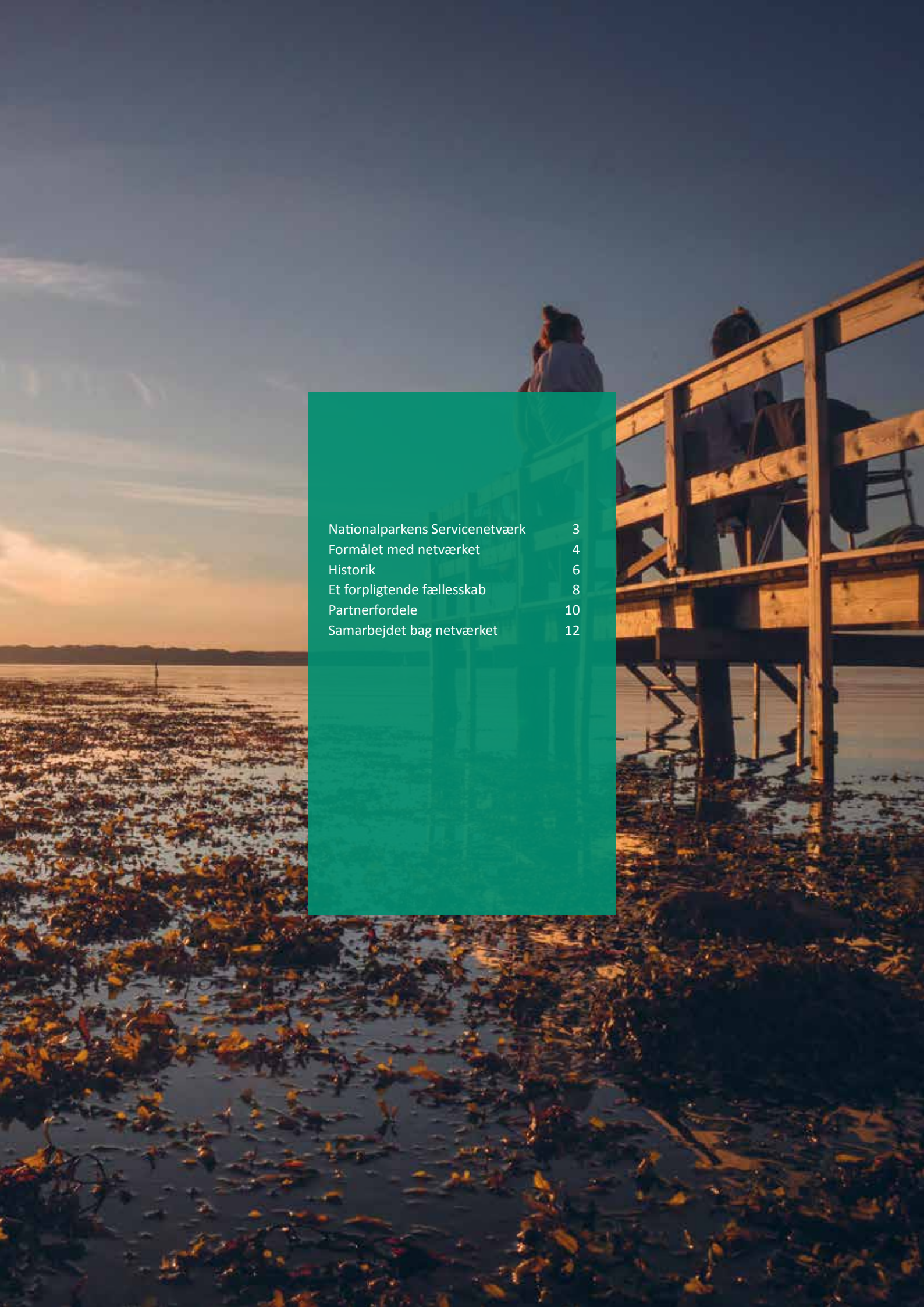




NATIONALPARK MOLS BJERGE

# SERVICENETVÆRK

CERTIFICEREDE NATIONALPARKPARTNERE



Nationalparkens Servicenetværk	3
Formålet med netværket	4
Historik	6
Et forpligtende fællesskab	8
Partnerfordele	10
Samarbejdet bag netværket	12

# NATIONALPARKENS SERVICENETVÆRK

Rigtig mange mennesker besøger Nationalpark Mols Bjerge. Her møder de repræsentanter fra områdets virksomheder – f.eks. overnatningssteder, spisesteder, butikker eller museer.

På den måde bliver virksomhederne, deres ledere og personale en slags værter for området – og gode værter kan løfte enhver gæsteoplevelse til noget helt særligt.

---

**Nationalparkens Servicenetværk består af dedikerede virksomheder, deres ledere og ansatte, der arbejder sammen om at være landets bedste til værtsskab med Nationalpark Mols Bjerge som samlende rammefortælling.**

---

For at være spids på opgaven har alle partnere deltaget i Nationalparkens Serviceuddannelse, der er et forløb over tre dage. Her har de fået et særligt indgående kendskab til landskab, natur og kulturhistorie, hinanden og Nationalparken samt arbejdet med værtsskab og storytelling.

Partnere er turismevirksomheder, men også andre typer virksomheder, der gerne vil arbejde målrettet med turisme. Alle har de frontpersonale, der møder gæster i eller rundt om Nationalparken.

Det er Nationalparken, der driver både uddannelse og netværk i samarbejde med VisitAarhus.

# FORMÅLET MED NETVÆRKET

Nationalparker er et internationalt fænomen. Rigtig mange mennesker associerer nationalparker med oplevelser af høj kvalitet – og det kan føre til øget salg, præference og opmærksomhed.

Men det er de lokale virksomheder, der er i deres daglige møde med gæster i området er nøglen til øget synlighed af Nationalparken og kvalitet i værtskabet.

Samarbejdet i netværket skal derfor sikre en positiv udvikling på grundlag af den synergi, der skabes i det forpligtende fællesskab mellem lokale virksomheder, VisitAarhus og Nationalpark.

## VISION

**Nationalpark Mols Bjerge tilbyder – som et stort feriemål inden for kyst- og naturturisme i Østjylland – autentiske kvalitetsoplevelser for sine gæster**

## MISSION

**Vi skal have landets bedste værtsskab med Nationalpark Mols Bjerge som samlende rammefortælling**

## VÆRDIER

**Vi skal være gæstfri, engagerende og tilbyde oplevelser i særklasse samt skabe det gode værtsskab via viden, engagement og lokal stolthed**





## TURISME

Netværket vil styrke og udvikle bæredygtig turisme af høj kvalitet for at få del i væksten inden for naturturismen, som er en af de hurtigst voksende turismesektorer.

## HISTORIK

Nationalparkens Serviceuddannelse blev udviklet i år 2013 sammen med det daværende Destination Djursland, der nu er sammenlagt til VisitAarhus.

Bestyrelsen for Nationalparken havde længe haft tanker om en certificeringsordning i forbindelse med, at lokale virksomheder skulle kunne godkendes til at anvende nationalparkens logo i deres markedsføring.

Da Destinationen henvendte sig til Nationalparken om EU-projektet Oplevelsesbaseret Kystturisme, så bestyrelsen en mulighed for i et pilotprojekt at udvikle et skræddersyet uddannelsesforløb.

I forløbet deltog knap tyve lokale virksomheder i kompetenceudvikling med fokus på viden om nationalparker generelt og Nationalpark Mols Bjerge i særdeleshed, natursyn, værtsskab, storytelling, markedsføring, mersalg på stedbundne ressourcer m.v.

Deltagerne fik bedre kendskab til Nationalparken, der omvendt lærte virksomhederne og deres behov bedre at kende – og alle var enige om at fortsætte samarbejdet i et forpligtende netværk.

Det førte til etableringen af Nationalparkens Servicenetværk i 2015.

Fem år senere konkluderer Epinion i en undersøgelse (2020) om netværket, at det har vokset sig til et stærkt erhvervsnetværk, og at deltagerne vurderer, at det betyder noget, at der er et organ, der løfter opgaven med at samle områdets aktører, og netværket er blevet en størrelse, man henviser til i hele lokalområdet. Der er skabt et fælles fundament, hvor deltagerne oplever fortsat at være på vej, og hvor Nationalparken på den helt rigtige måde understøtter synergi og støtter op om en udvikling frem for at diktere en retning.

Om Serviceuddannelsen konkluderer Epinion, at netværket beskriver den i meget positive vendinger. Flere erkender at være blevet positivt overrasket over den kvalitet og viden, man har fået, og især hvordan de efterfølgende oplever at have kunnet bruge den viden i deres daglige arbejde, herunder med at servicere gæster i området.





## VOKSEVÆRK

Der har vist sig stor interesse for både uddannelse og netværk. I dag henvender lokale virksomheder sig uopfordret til Nationalparken for at blive en del af fællesskabet. Derfor vokser netværket hvert år med nye virksomheder, hvis ledere og medarbejdere netop har deltaget i Nationalparkens Serviceuddannelse.

## ET FORPLIGTENDE FÆLLESSKAB

Det er målet, at de fælles møder skal have værdi for virksomhederne – men hvad der har værdi for én virksomhed, kan være mindre relevant for en anden.

Derfor kan partnere plukke i arrangementerne – og prioritere, hvilke møder der har relevans i forhold til egen virksomhed.

Men Nationalparkens Servicenetværk er samtidig et forpligtende fællesskab med høje ambitioner. Derfor er der krav om aktiv deltagelse. Målt over et år skal en partner således have deltaget i netværksaktiviteter.

---

**Baggrunden herfor er, at arbejdet i netværket er til fælles bedste og beror på den grundlæggende antagelse, at når man høster, giver man også tilbage til fællesskabet. Samtidig stilles der store økonomiske og personalemæssige ressourcer til rådighed for netværket.**

---

Der er ca. tre årlige møder i Nationalparkens Servicenetværk. På møderne er der fokus på kompetenceudvikling, udveksling af viden og ideer, udvikling af nye tiltag, undervisning med interne og eksterne undervisere, workshops, inspirationsoplæg, lokalkendskab og stolthed – og ikke mindst netværk.

Alle møder foregår hos partnere, der således får mulighed for at vise deres virksomhed frem. Herudover er der virksomhedsbesøg hos de partnere, der gerne vil, men ikke har plads til større møder.

Centralt er fællesskabet – virksomheder, VisitAarhus og Nationalpark er sammen om læring, udvikling, identifikation af nye behov og ideudvikling.

Nye tanker, ideer og udfordringer kan danne grundlag for, at et emne tages op på et af de årlige møder. Netværket kan imidlertid også nedsætte en ad hoc-gruppe, der arbejder med at løse identificerede opgaver, eller mødes i grupper af virksomheder til mere uformelle kaffemøder for at drøfte udfordringer, nye ideer eller konkrete projekter. Det giver et meget konkret input fra partnerne til Nationalparken. Netværket tager også på inspirationsture.





#### KICK OFF-MØDE

Det er en tradition, at et af de årlige møder er et kick off-møde før højsæsonen med henblik på indbyrdes at informere om nyheder og tilbud til årets sæson. Det betyder, at virksomheder, VisitAarhus og Nationalparken er bedre klædt på til det store indtryk af gæster.

# PARTNERFORDELE

## PARTNERCERTIFIKAT OG BRUG AF LOGO

Alle virksomheder modtager et partnercertifikat til at sætte op i en reception eller andre steder i virksomheden. Således gør virksomheden sit partnerskab og sin særlige viden synlig over for gæster. Denne branding er samtidig med til at styrke rammefortællingen om Nationalparken.

Virksomhederne har desuden mulighed for at anvende Nationalparkens partnerlogo på f.eks. brochurer, arbejdstøj eller i den digitale markedsføring.

Desuden indsættes et direkte link på [nationalparkmolsbjerger.dk](http://nationalparkmolsbjerger.dk) til alle partnervirksomhedernes hjemmesider.

## FÆLLES KOMMUNIKATIONSPLATFORM

Alle partnervirksomheder inviteres til den lukkede facebookgruppe Nationalparkens Servicenetværk. Her kan man lave opslag – og dele begivenheder, ideer, begejstring og tanker med hinanden.

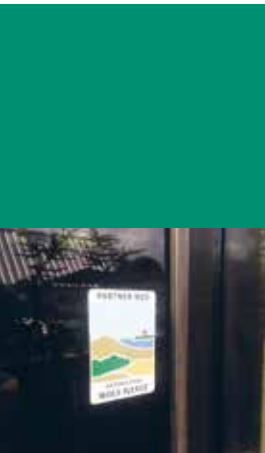
Samtidig er der under menupunktet Filer information om netværket, partnerfordele, logofiler til download m.v. Alle partnere kan også via facebookgruppen finde hinanden.

## ANDRE PARTNERFORDELE

Der er knyttet flere fordele til at være en del af Nationalparkens Servicenetværk.

### Eksempler for fordele:

- Partner-klæbere til døre og vinduer m.v.
- Korttavle til ophæng ude eller inde - korttavlen viser den sydlige del Djursland med Nationalpark Mols Bjerge indtegnet, stier og attraktioner
- Nationalparkflag
- Mulighed for at benytte en Delepakke til deltagelse i messe, udstilling eller møder, hvor der er brug for at styrke sin fremtoning og vise, hvorfra man kommer. Pakken repræsenterer en bæredygtig tilgang til udviklingssamarbejdet
- Se alle partnerfordele under tilknyttede filer i Facebookgruppen





#### SYNERGI

Det kan være en stor udfordring, især for mindre virksomheder, at arbejde med markedsføring i et omfang, der batter. Derfor er der en fordel i at læne sig op ad et stærkt brand som Nationalparken. Omvendt er virksomhederne med til at styrke Nationalparkens brand, hvilket samlet set er en gevinst for lokalområdet. Det kan nemlig føre til større opmærksomhed og præference. Den synergi udnytter netværket.

# OM NATIONALPARK MOLS BJERGE

Nationalpark Mols Bjerger er en fond inden for den statslige forvaltning, der har til formål at udvikle Nationalparken inden for de rammer, som er fastsat i lov og bekendtgørelse om Nationalpark Mols Bjerger.

Nationalparken har bl.a. til formål at styrke mulighederne for friluftsliv og natur- og kulturhistoriske oplevelser, at formidle landskab, geologi, natur, kulturhistorie og friluftsliv samt at understøtte det lokale erhvervsliv.

Nationalparkens øverste ledelse er en bestyrelse, der er udpeget af miljøministeren. Midlerne i fonden bliver fastsat årligt i finansloven.

Nationalparken samarbejder med VisitAarhus om at fremme og udvikle turismen på Djursland. Nationalparken arbejder desuden i tæt strategisk samarbejde med Syddjurs Kommune, Dansk Kyst- og Naturturisme og en række andre.



Udgivet af Nationalpark Mols Bjerger i 2020

Grenåvej 12. 8410 rønne

T 72 17 07 14

mols@danmarksnationalparker.dk

Nationalparkmolsbjerger.dk

Fotos: Mathias Juul Dahl (forside), Christian Birkebæk, Syddjurs Kommune og Nicole Wolter

Grafisk design: Susanne Mejlggaard, Zoulmade.com

Tryk: GP Tryk



**NATIONALPARK  
MOLS BJERGE**

