

Årsberetning 2022

Destination Limfjorden

Forord

2022 blev året, hvor Destination Limfjordens team blev fuldt besat med to udviklingskonsulenter, fire markedsføringskoordinatorer og en bæredygtighedskonsulent, foruden direktøren. Årets resultat anses en naturlig konsekvens af to atypiske turismeår 2020+2021, hvor den globale pandemi har gjort det muligt at hente en stor andel af medfinansiering på vores aktiviteter. Det forventes ikke at samme muligheder for at hente projektmidler opstår, ej heller at der fremadrettet kommer en mulighed for at hente ekstern finansiering både til projekttimer eller til markedsføring.

I 2022 rundede vi en vigtig milepæl - nemlig over 1 million overnatninger. I Destination Limfjorden arbejder vi med en række projekter, der på hver sin måde har til formål at understøtte turismevirksomhedernes forretning og kommunernes turismeudvikling. Projekterne udvikler og støtter hele turismeerhvervet på tværs af Morsø, Struer og Skive Kommuner. Dette sker ved produktudvikling, markedsføring, digitalisering og hjælp til bæredygtig omstilling, som kommer både erhverv, borgere og turister til gode.

Kristina Lehmann Schjøtt
Destinationsdirektør

Præsentation af Destination Limfjorden

Destination Limfjordens formål er at drive de erhvervsfremmende udviklingstiltag, som destinationsselskab under loven om dansk turisme, der er underlagt lovbekendtgørelse nr. 242 af 15. marts 2019.

Destination Limfjorden er en selvstændig forening med en årlig kommunal bevilling på 4,69 mio (2022 niveau). Hertil kommer kapital fra partnerskaber og eksterne midler fra fundraising som i 2022 udgjorde 1,05 mio inkl. projektmidler.

I regnskabet bilag 1 foreligger separat detaljeret beskrivelse af årets økonomiske udslag.

Destination Limfjordens formål er at koordinere fælles markedsføring, produkt-, aktør- og destinationsudvikling, supportere bæredygtighedsprocessen, samt understøtte og udvikle gæsteservice i de tre kommuner for Skive, Struer og Mors.

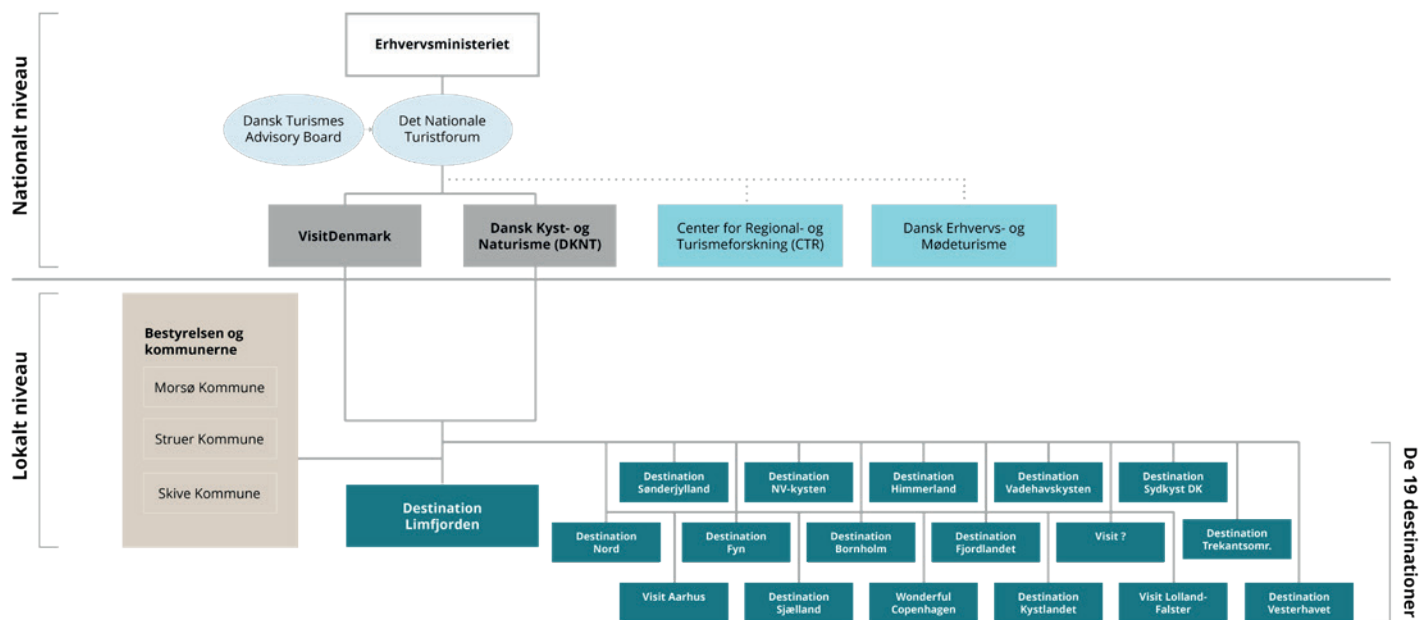
MINISTERIUM OG ORGANISATION

Destination Limfjorden hører under erhvervsstyrelsen, som ét af de 19 tværkommunale destinationsselskaber i Danmark, konsolideret og oprettet i 2020 via økonomaftalen 2019. Formålet var at opnå stærke destinationer og øget sammenhæng i turismefremmeindsatsen tværkommunalt, så Danmark kan konkurrere internationalt om turisterne, skabe vækst, øge beskæftigelsen og oplevelser lokalt.

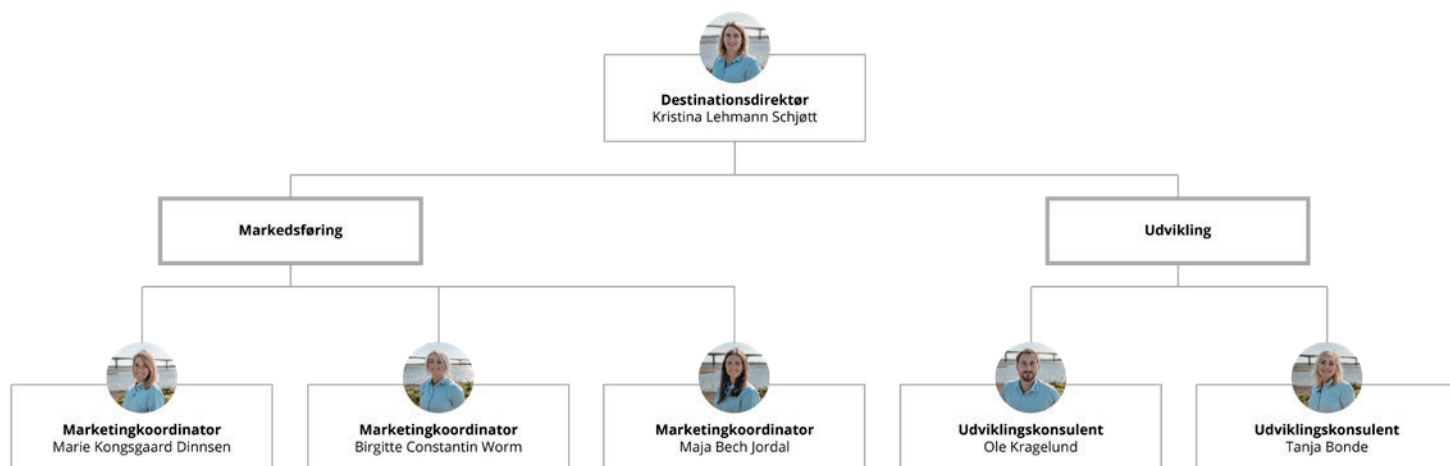
Destination Limfjorden er et uafhængigt organ inden for den statslige forvaltning med kommunal basisfinansiering og juridisk ledet af sammensat bestyrelse af de tre kommunale borgmestre, samt udvalgte aktører i det geografiske gældende område, som er godkendt af de tre kommuner november 2019. Bestyrelsen har i 2022 afholdt 5 møder. Derudover har Destination Limfjorden deltaget seminarer, fået udarbejdet processer i forhold til resultatkontrakt, strategiopfølgning m.m. I 2022 tiltrådte nyt bestyrelsesmedlem Jesper Overgaard, valgt for Mors, ligesom der ved kommunalvalget i 2021 var udskiftning på borgmesterposten i Struer, hvorfor DL fik nyt bestyrelsesmedlem her også.

Ved udgangen af 2022 beskæftiget Destination Limfjorden en direktør, fire koordinatore (hvoraf en vendte retur fra barsel), to udviklingskonsulenter, en bæredygtighedskonsulent, en praktikant fra Aalborg Universitet, samt en virksomhedspraktikant via Jobcentret.

ORGANISATORISK SAMMENHÆNG



ORGANISATIONEN



Bestyrelsen

- **Formand, Peder Chr. Kirkegaard,**
Borgmester Skive Kommune
- **Næstformand, Kristina Skøtt Pedersen,**
ejer af Tambohus Kro & Badehotel
- **Hans Ejner Bertelsen,**
Borgmester Morsø Kommune
- **Mads Jakobsen,**
Borgmester Struer Kommune
- **Jesper Overgaard,**
Direktør Jesperhus Feriepark
- **Jørgen Christiansen,**
ejer af 'På Herrens Mark'
- **Lars Falk,** lektor på UCN

Visionen er at skabe sammenhængskraft indadtil, i og imellem de tre kommuner samt at blive områdets gennemslagskraft udadtil. Destination Limfjorden arbejder ud fra fem pejlemærker godkendt i resultatkontrakt 2021. Pejlemærkerne forlyder:



HOVEDOPGAVER

1. Destinationsudvikling

Skabe en sammenhængende destination med stærke erhvervsaktører, der arbejder tæt sammen med Destination Limfjorden om at løfte destinationen erhvervs- og turismemæssigt samt øge tiltrækningskraften for nye borgere via et bredt produktudbud for autentiske oplevelsesmuligheder.

2. Produktudvikling

Drive og udvikle destinationens tre styrkeområder:

1. Limfjordens oplevelser på, i og ved fjorden (Outdoor turisme)
2. Limfjordens mad og gastronomi
3. Limfjordens kultur og natur.

Destination Limfjorden understøtter udviklingen af bookbare produkter, bidrager til realiseringen af gastroevents, fødevarenetværk og arbejder bevist på at levere grønne og bæredygtige turismeprodukter.

3. Forretnings- og aktørudvikling

Destination Limfjorden iværksætter kompetenceforløb for aktører med øje for at drive forretningsudvikling, samt at skabe mere digitalisering og bæredygtighed i destinationen. Alt i samarbejde med lokale erhvervskontorer, Dansk Kyst og Naturturisme, kommunerne og de to erhvervshuse, der dækker hhv. Nord- og Midtjylland.

4. Markedsføring

Indsatsen styrker Destination Limfjordens kernefortælling med målrettet indsats på det nationale marked og de internationale markeder (nærmarkederne - Tyskland, Holland, Norge og Sverige). På de internationale markeder skabes kampagnerne igennem VisitDenmark og andre partnere. På det danske marked udarbejdes der årshjul for markedsføring og online kampagner. Destinationens overordnede mål er at tiltrække endnu flere turister til området, og dermed øge tiltrækningskraften i forhold til gæster og nye borgere i området.

5. Gæsteservice

Den fremtidige gæsteservicestrategi igangsætter konkrete indsatser for, hvordan Destination Limfjorden i fremtiden skaber vækst og udvikling i destinationen via en stærk og sammenhængende gæsteservice. Destination Limfjorden understøtter god gæsteservice hos erhvervet og målet er et fælles sprog omkring gæsteservice og drive forholdet aktørerne imellem, så vi sikrer en bredere vifte af oplevelser for gæsten.

PERIODENS RESULTATER

1. Erhvervspartnerne og afholdte arrangementer

Destination Limfjorden har i 2022 arbejdet for at styrke netværket og sammenholdet blandt turismeaktørerne i Destination Limfjorden ved at udbyde forskellige tiltag.

Der er blevet arrangeret og afholdt bustur på Venø, hvor alle aktører hos Destination Limfjorden var inviteret med på kendskabsturen. Her deltog 15 virksomheder.

I efteråret sluttede året af med Kick Off, som blev afholdt ved Skive Trav. Her deltog 40 virksomheder.

Webinar, kurser, mm er beskrevet i afsnittet under SOS Limfjorden s. 9.

2. Virksomhedsservice

Der er blevet tilbudt forskellige kompetence- og udviklingsforløb under projekterne. Der allerede nu er udbudt til erhvervet. Der udsendes partnernyhedsbrev, turismevirksomhederne er synlighed på hjemmesiden, app og touchskærme. Alle er blevet tilbudt at kunne anvende bookingportalen, og der er blevet fremsendt de nyeste analyser i den lukkede facebookgruppen for alle Destination Limfjordens turismeaktører.

På Destination Limfjordens hjemmeside er der oprettet et corporate site, hvor virksomheder kan finde information om forløb, kurser, mm. Her lægger vi bl.a. seneste analyser ind, fonde med kort ansøgningsfrist og meget mere.

Destination Limfjordens LinkedIn bruges til deling af erhvervsrettet indhold.



3. Markedsføring

I 2022 har der været stort fokus på få brandet destinationen jf. formål om at synliggøre Destination Limfjorden som en attraktiv feriedestination. Der er arbejdet på videreudvikling af produktet, men også at få markedsført og synliggjort oplevelserne for gæsterne.

Midlerne til markedsføring i 2022 er primært blevet anvendt til viderebygning af brandet, online/offline annoncering, bannerannoncering, travel trade marked med direkte kontakt til udenlandske touroperatører. Destinationen har skarpt prioriteret midlerne til videreførelse af brandet, nationale indsatser, online tilstedeværelse, film, hjulpet virksomhederne med opsætning af deres egen markedsføring, installeret tracking på en del af virksomhedernes sider som en del af markedsføring. Markedsføringen er opdelt i forhold til de temaer, der er tegnet for destinationen:

- **LIMFJORDENS VANDOPLEVELSER**

Aktiviteter på Limfjorden, herunder kajak, kano, SUP, surf, vandparkerne, mv. Fokus på havne, sejlads, lystfiskeri. Fokus på oplevelser i Limfjorden, som f.eks. østerssafari.

- **LIMFJORDENS UNIKKE NATURLANDSKABER**

Outdoor turisme i form af vandring, cykling, herunder fokus på Geopark, Molerklinterne, Limfjordens øer

- **LIMFJORDENS GASTRONOMI**

Fokus på stedbundne unikke oplevelser med skaldyr og østers. Fokus på de lokale råvarer. Fokus på Limfjorden som spisekammer.

- **LIMFJORDENS KUNST OG KULTUR**

Den særlige Limfjordskultur omkring kunst og litteratur, egne specifikke oplevelser, gallerier, historie og museer.

4. Gæsteservice

Kort over Limfjorden

Mange aktører efterspørger i øjeblikket kortmateriale, så de kan guide gæster til oplevelser i det fri. Endnu større efterspørgsel på friluftsoplevelser, herunder kort med cykel- og vandreruter og andre oplevelser. Dette første i 2022 med sig, at der blev lavet et kort over destinationen med markering af oplevelsesmuligheder.

Et fysisk oversigtskort til destinationens aktører, som kan hænge i fx receptionen. Det fysiske kort er bygget op, så den afspejler destinationens nye brand. Kortet supplerer brandingindsatsen, fordi den bringer destinationens brand i spil hos aktørerne over for gæsterne. Destinationskortet er lavet i samarbejde med UCN Nordjylland, som har indsamlet aktørernes input til, hvad kortet skal indeholde.

Projekter

I Destination Limfjorden arbejder vi med en række projekter, der på hver sin måde har til formål at understøtte turismevirksomhedernes forretning og kommunernes turismeudvikling.

Projekterne udvikler og støtter hele turismeerhvervet på tværs af Morsø, Struer og Skive Kommuner. Dette sker ved produktudvikling, markedsføring, digitalisering og hjælp til bæredygtig omstilling, som kommer både erhverv, borgere og turister til gode.

Konsolideringsprojektet

Her blev der søgt midler for at danne Destination Limfjorden. Destination Limfjorden vil have ansvaret for destinationsudvikling i de tre kommuner og destinationen vil være den operatør, der varetager den lokale turismefremmeindsats i de deltagende kommuner. Selvstændige foreninger, som arbejder med turisme- og erhvervsfremme med kommunalt driftstilskud, udgør en væsentlig del af det nuværende turismefrømmesystem. De kommunale midler til turismefremme i de tre kommuner vil efter etablering af en fælles Destination Limfjorden

blive bevilget til Destination Limfjorden. En del af arbejdet i konsolideringsprocessen vil være at un overskudsgivende selvstændige turismefremmeaktiviteter, der drives i foreningsregi uden kommunalt tilskud, kan og ønskes integreret i Destination Limfjorden. Efter etablering af Destination Limfjorden vil de deltagende kommuner leve op til kravene i loven om dansk turisme og ikke medfinansiere andre lokale selskaber, der arbejder med turismefremme og turismeudvikling. Den sidste del af projektet gennemførtes i første kvartal 2022, hvorfor dette projekt også fremgår af dette regnskab. Projektet løb frem til 01.04.22.

SOS Limfjorden

(Start, Overlevelse og Samarbejde i turismeerhvervet):

Der er i 2022 gennemført 10 kompetenceudviklingsaktiviteter i projektet "SOS Limfjorden":

1. Webinar i marts med overskriften "Bliv klogere på brugen af billeder". First Coffee var underviser og der deltog 14 personer.
2. Et kursus med overskriften "Redning og førstehjælp på vand" på Fur med Aalborg Outdoor som underviser. Målet var at hjælpe deltagerne til at blive endnu bedre til at sikre deres egen og deltagernes sikkerhed i forbindelse med aktiviteter på vand. Der deltog fire personer.
3. Et turismenetværksmøde og lynkursus i PR i april på Spøttrup Borg. Målet var at deltagerne fik mulighed for at få støvet PR kompetencer af, møde nye kolleger, Få et kig bag kulisserne på Spøttrup Borg samt mulighed for at bytte brochurer med kolleger i destinationen. Der deltog 19 personer.
4. Webinar i maj med overskriften "Fordele ved brugen af TripAdvisor". First Coffee var underviser og der deltog 12 personer.
5. Et fundraisingkursus over to dage i oktober med 20 deltagere med Erhvervsakademiet Aarhus som underviser. Målet med kurset var at gøre deltagerne i stand til at skrive en ansøgning, udarbejde et budget og finde de relevante fonde.
6. Et kursus over to dage i september med overskriften "Kender du Limfjordens små vidundere?" med samlet 20 deltagere over to dage. Målet med kurset var, at deltagerne fik viden og redskaber til at kunne hjælpe gæster med at forstå det sted, de er på tur, herunder blive bedre til at svare på gæsternes spørgsmål om Limfjordens dyr, planter og sten.
7. En produktkendskabsstur til Struer-egnen i maj. Målet med turen var at skabe større kendskab til kollegaerne og oplevelserne på tværs af destinationen, så deltagerne i højere grad kunne henvise gæster til hinanden. 26 deltagere inkl. besøgssteder deltog.
8. I forbindelse med generalforsamlingen i marts gennemførte vi et komprimeret gæsteservicekursus Med Lars AP under overskriften "Fucking flink service". Der deltog ca. 35 personer.
9. To kokkekurser i samarbejde med Regional Madkultur Thy-Mors. Målet var at inspirere de lokale kokke og madentusiaster til at bruge flere lokale råvarer og tænke bæredygtighed ind i smagsoplevelserne. Der deltog samlet 33 personer.
10. Et grønt udviklingsforløb under overskriften "Bedre bundlinje gennem grøn praksis opstartsmøde". I oktober/november er der gennemført tre arrangementer med det formål at give deltagerne indsigt i og værktøjer til at reducere virksomhedens forbrug og tiltrække flere grønne forbrugere. Temaerne var Affaldssortering, Energibesparelser og tilskud til grøn omstilling. Der deltog samlet 25 personer inkl. oplægsholdere.

Forretnings- og kompetenceudviklingsværktøj

Der er i 2022 udviklet syv forretnings- og kompetenceudviklingsværktøjer

1. Udvikling af et "on demand" videokursus omkring brug af Tripadvisor. Kurset er blevet til i forlængelse af det tidligere gennemførte kursus i maj, fordi der blev efterspurgt et nyt kursus med mere "hands on".
2. Udvikling af et "on demand" videokursus om grøn kommunikation. Målet var dels at opmuntre til at kommunikere og give værktøjer til at kommunikere grønne tiltag i virksomhederne. Kursusmaterialet ligger til fri benyttelse på Destination Limfjordens hjemmeside.
3. Udvikling af et "on demand" videokursus omkring brug af TIK TOK som middel til at nå potentielle kunder. Målet var dels at opmuntre til at det relativt nye sociale medie samt give værktøjer til at komme i gang med at bruge mediet. Kursusmaterialet ligger til fri benyttelse på Destination Limfjordens hjemmeside.
4. Udvikling af et "on demand" videokursus omkring brug af Google My Business som middel til at nå potentielle kunder. Målet var dels at opmuntre til at det relativt nye sociale medie samt give værktøjer til at komme i gang med at bruge mediet. Kursusmaterialet ligger til fri benyttelse på Destination Limfjordens hjemmeside.
5. Der er udviklet et energisparekatalog med forslag og idéer til hvordan turismevirksomheder kan spare på energi. Kataloget er distribueret til aktørerne via nyhedsbrev og på websiden.
6. Udvikling af et webbaseret landingpagekoncept som kan hjælpe en række aktører med at skabe en god digital kundeoplevelse, der fører til et salg af lavsæson produkter. Den gode digitale kundeoplevelse skabes gennem et landing-page koncept, hvor der opbygges en hovedside med en række undersider, som hver i sær fungerer som landing-page for aktørernes produkter. De nye professionelt opbyggede landing-pages efterlader den besøgende med et fuldent indtryk af ydelsen via video, billeder, sælgende tekster mv. I tilknytning er der lavet et kort "on-demand" videokursus, omkring fordele og muligheder ved at bruge landingpages.
7. Udvikling af et grønt værtskabsspil til turistaktører, som vil inddrage medarbejdere i deres grønne omstilling. Spillet er lavet for at øge chancen for succes med grønne forandringer på hoteller og andre turismevirksomheder. Det grønne spil indeholder en række spørgsmålskort, som træner spillerens evne til at træffe bedre miljømæssige valg i hverdagen samt grønne værtskabskompetencer, så spilleren er forberedt på at håndtere situationer, hvor gæster stiller spørgsmål om miljø.

Individuelle forretningsudviklingsaktiviteter

Der er i 2022 gennemført 13 individuelle forretningsudviklingsaktiviteter

1. I forbindelse med forløbet "Bedre bundlinje gennem grøn praksis" har otte virksomheder fået individuelle energioptimeringsbesøg af en energirådgiver.
2. Fem bæredygtighedsscreeninger hos individuelle virksomheder med fokus på bl.a. certificeringer og grønne tiltag.

Brandidentitet

I 2022 er der gennemført fire aktiviteter i tilknytning til brandidentitet

1. Udgivelsen af et nyt destinationskort i plakat og A3-format, som aktørerne kan bruge til at vise vej til oplevelser og andre turismeaktører. Vi har fået rigtig mange positive tilbagemeldinger fra en række aktører, der ser kortet som et meget godt værktøj til at hjælpe deres gæster på vej til flere oplevelser.
2. Green Challenge. Et samarbejde med Skive Kommunes initiativ "Green Innovation Makers" om at skabe en Green Challenge fra Destination Limfjorden til studerende på kandidat i oplevelsesøkonomi på Aarhus Universitet. Ca. 35 studerende har i efteråret arbejdet med cases og virksomheder i destinationen under temaerne:
 - Østers og Østerspremieren, Fur Fællesskaber, BioMors, Surf i Limfjorden, Camping ved Limfjorden, Fur Bryghus -kulturen og Vandring på Fur.Se resultaterne på <https://giw.dk/green-challenges/>
3. En bæredygtig turismeundersøgelse af 15 turistaktørers syn på bæredygtighed, herunder hvilke barrierer og incitamenter de oplever for at arbejde med miljø og bæredygtighed.
4. Gennemført 10 aktørinterviews med henblik på at undersøge deltageres effekt af at deltage i SOS projektet.

Turismeprodukter

I 2022 er der udviklet 3 nye turismeprodukter

1. Genopfindelse og videreudvikling af Jegindø Muslingeruten med ny rutefolder på tre sprog i samarbejde med borgerforeningen på Jegindø og Struer Kommune.
2. Udvikling af en ny Skaldyrsrute, der samler en række overnatningssteder og skaldyrsoplevelser i et koncept ala Snapseruten. Skaldyrsruten er udviklet i samarbejde med Morsø Turistforening, og forventes at blive klar til offentliggørelse i det tidlige forår 2023.
3. Videreudvikling af Skive naturcykelsti, herunder ny folder. Desværre blev projektet og den færdige folder stoppet lige før målstregen, fordi ruten gik gennem forsvarrets arealer, som pga. den generelle usikkerhed efter invasionen i Ukraine nu er lukket for offentlige ruter.

Back to Business – Back on Track (Kick Start):

Dette er et fælles projekt med de to øvrige destinationer: Destination Himmerland og Destination Kystlandet. Projektet har til formål at kickstarte turisterhvervet i de tre destinationer gennem fælles skalerbare tiltag. Her er der bl.a. fokus på at tilgængeliggøre endnu flere produkter og stimulere mersalg gennem digitale værktøjer. Samtidig kigges der på at forbedre forretningsperformance og tuner virksomhederne til at agere i et nyt marked, oven på en periode hvor ressourcerne er blevet få. Desuden er målet at finde konkrete løsninger på de problemstillinger som kendetegner virksomheder i destinationernes delbrancher og som løbende kan videreformidles til andre destinationer, turistvirksomheder og erhvervshuse.

I projektet takkede 10 virksomheder ja-tak til anvendelse af rådgiverbank, hvor virksomhederne fik 1-1 konsulenttydelser mod timeregistrering i projektet. Samlet værdi i Deminimis erklæring 200.000 kr.

Projektet løb frem til september 2021. Den endelige økonomiske afrapportering i projektet og godkendelse af projektet kom først i 3. kvartal 2022, derfor er projektet først blev ført op i driften i 2022.

Genstart Danmark version II

Destination Limfjorden fik sammen med de øvrige kyst og natur destinationer mulighed for at få ekstra midler til markedsføring, med en 1:1 medfinansiering. Midlerne skulle anvendes inden juli 2022, og er budgetteret til anvendelse til bl.a. udarbejdelse af filmmateriale, opgradering af kort materiale, udvikling af brandingfilm for destinationen, online annoncering og kampagner, udvalgte kampagner i trykte medier. Derved vil vi få ekstra omtale af destinationen og medlemmerne i 2022, samt at materialet efterfølgende kan anvendes af aktørerne. Herunder både materiale til online annoncering, billeddatabase, filmmateriale, brandingfilm, online kampagner, film til aktørerne, mm.

Projektperiode 22.06.21 - 30.06.22



Databaseret oplevelsesklynge

Destination Limfjorden søgte i 2022 midler hjem til projektet, der udvikles i tæt samarbejde med Dansk Kyst og Naturturisme. Databaseret oplevelsesklynge skal hjælpe virksomhederne i de tre kommuner, både med en kortsigtet her-og-nu-indsats og en længevarende indsats. Denne ene del af indsatsen handler kort fortalt om, at lave et "destinations dashboard", dvs. et sted hvor data på tværs af interessenter i destinationen skaber fælles standarder og afsæt for fremtidig udvikling og benchmark på tværs på baggrund af et kvalificeret datagrundlag. Den anden del af projektet handler om at få opstartet et turimeakademi.

I 2022 er der anvendt midler til analyse af virksomhederne samt opstart af første klynge.

Bæredygtige Destinationer

Med dette projekt sætter Danske Destinationer fokus på morgendagens turisme - målt på morgendagens succeskriterier. Vi indhenter inspiration fra international best practice til at forme vores fremtidige ambition for bæredygtig destinationsudvikling. Samtidig skabes grundlag for at implementere nye mål for destinationsudvikling – med implementerbare, håndterbare og opdaterbare indikatorer, der skal sikre stærkere besluningsgrundlag til at forme fremtidens bæredygtige destinationsudvikling.

Projektet afsluttes i august 2023

Danske Maddestinationer

Projektet har til formål at skabe øget omsætning og flere overnatninger gennem målrettet udvikling af flere og bedre madoplevelser til turister. Indsatsen omfatter bl.a.: 1. Målrettede innovationsforløb mhp. udvikling af nye madoplevelser. 2. Udvikling af signaturevents med de bedste lokale fødevarer og madoplevelser. 3. Fælles forløb med fokus på at højne kvaliteten af destinationernes madtilbud. 4. Koble madoplevelser med overnatningstilbud mv. i attraktive oplevelsessammenhænge. 5. International presseindsats. Projektet forventes at give en øget omsætning på ca. 115 mio. kr. i projektperioden.

Midlerne der er anvendt i 2022 udbetales forventeligt i juni 2023

Projektet afsluttes den 31.12.23

NETVÆRK OG SAMARBEJDE

For at booste midlerne til turismeudviklingen, arbejder Destination Limfjorden på at tiltrække midler til området ved at deltage som projektpartner i forskellige projekter, som alle er indenfor destinationens dækningsområde.

Projekterne er ligeledes en måde at skabe nationale og internationale kontakter. Udover VisitDenmarks markedskontorer i Tyskland, Holland, Norge og Sverige, har Destination Limfjorden også skabt internationale samarbejde med bl.a. presse og interesseorganisationer indenfor vandring og cykling. Derudover har destinationen skabt nationale samarbejder med bl.a. Destination Himmerland, Destination Kystlandet, Destination Nord, Destination Nordvestkysten, Fjordlandet, VisitHerning og Destination Nordsjælland, samt Dansk Kyst og Naturturisme.

Netværk:

- Destination Limfjorden deltager løbende i turismenetværk i de tre kommuner med det formål at udvide netværket og få fortalt om organisationens formål og aktiviteter. Samarbejdet med aktørerne og kommunerne er yderst vigtigt for udviklingen af turismen i området.
- Destination Limfjorden er medlem af Danske Destinationer hvor der er et stærkt nationalt netværk i forhold til den politisk italesættelse af turismen i Danmark.
- Destination Limfjorden sidder med i sammenslutningen af Danske Småøer.
- Destination Limfjorden har etableret tæt samarbejde med Business Skive, Morsø Erhvervsråd, Startvækst Struer, Erhvervshus Nordjylland og Erhvervshus Midtjylland
- Destination Limfjorden har etableret lokale temanetværk for erhvervet.
- Destination Limfjorden er repræsenteret i bestyrelsen i Danmarks Skaldyrshovedstad
- Destination Limfjorden deltager i relevante lokale netværk eks. BID møder Mors Handel, Stiudviklingsnetværk i Skive Kommune, Lydens By Struer,
- Destination Limfjorden har begyndt processen med fødevarernetværk på tværs af destinationen
- Destination Limfjorden involverer netværk i projekter, hvor det giver mening
- Aktiv del af Geopark Vestjylland
- Aktiv del af UNESCO samarbejdet