



Turismestrategi 2019 - 2022



stevns kommune

Turismestrategi – Stevns Kommune

Stevns Kommune - 2019-2022

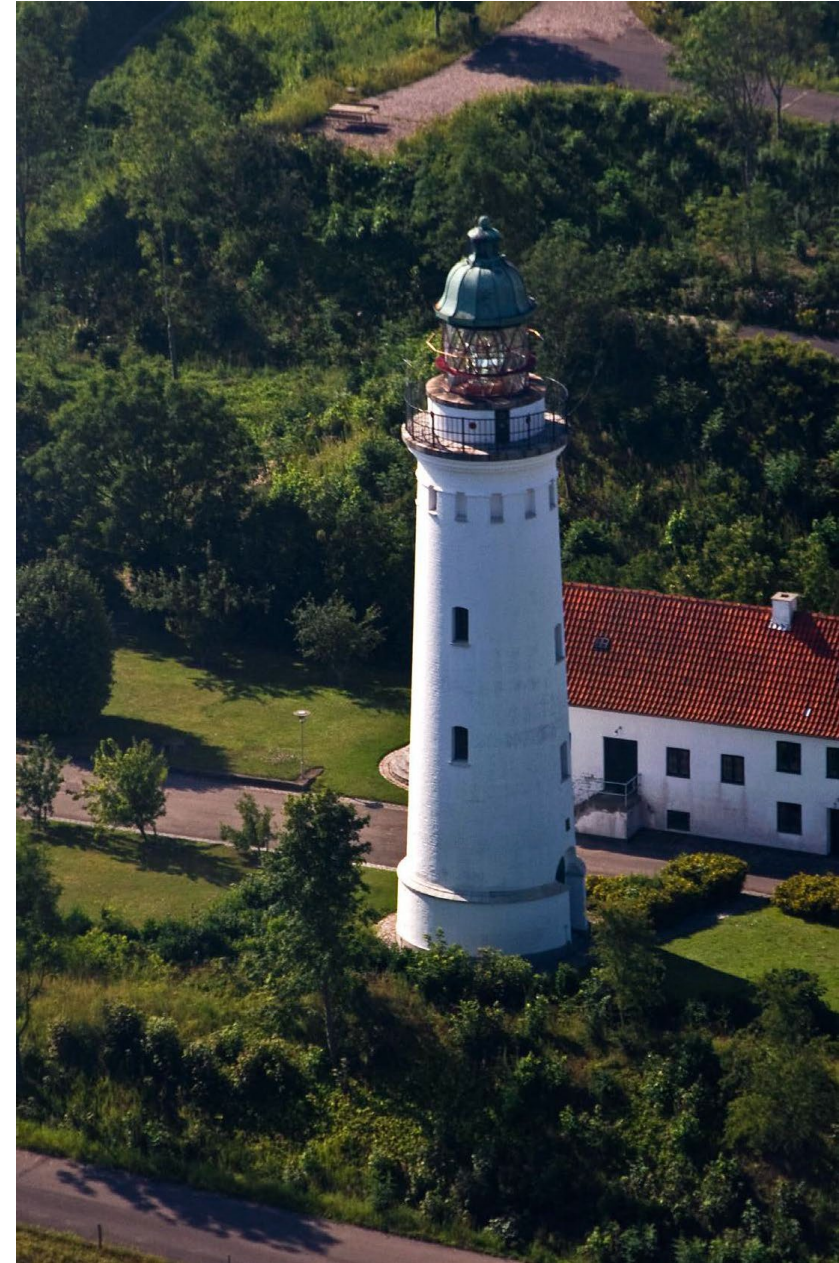
Godkendt i Kommunalbestyrelsen den 26. juni 2019

Indledning

Der er massiv konkurrence om turisterne, som i stigende grad agerer digitalt, når de skal vælge deres feriemål. Der kræves derfor kritisk masse og volumen, hvis man skal vinde forbrugernes opmærksomhed. Kort fortalt handler det om, at så mange som muligt skal deltage i samtalen om Stevns.

Målet er at engagere turisme- og erhvervsaktører såvel som borgere i samtalen, og at skabe en meningsfuld port til et rum fyldt med relevant, tematiseret indhold om mennesker, begivenheder, steder og stemninger i Stevns. Det kræver benhård prioritering, men denne strategi fungerer til gengæld som et bredt redskab til at kommunikere og udvikle sammenhængende produkter, events, attraktioner, oplevelser og services. Strategien er dermed et værktøj til at prioritere Stevns budskaber og tilbud.

I Stevns forpligter vi os på at arbejde ud fra de tre grundlæggende pejlemærker for arbejdet med turismeprodukterne i kommunen.



Indhold

- Planen i overblik
- Organisering af turismen i Stevns kommune
- Én stærk kernefortælling om kold krig og verdensarv
- Seks bærende indsatser
- Mål for bedre turismeprodukt
- Mål for bedre rammebetingelser
- Tre gennemgående pejlemærker



Planen i overblik

ORGANISERING: Koordineret indsats for turismen

KERNEFORTÆLLING: Kold krig og verdensarv

INDSATS:

Infra -
struktur &
mobilitet

*Bus, kort ,
wifi ,
handicap,
vand/land*

INDSATS:

Flere steder
at sove

*Eksisterende
& ny kapa-
citet , plan-
grundlag &
finansiering*

INDSATS:

Flere & bedre
oplevelser

*Attraktioner ,
shopping,
kunst &
events*

INDSATS:

Adgang til
ricikovillig
kapital

*Fonde, puljer
mv .*

INDSATS:

Samarbejde
& partner -
skab

*Frivillige ,
værdikæder
mv .*

INDSATS:

Tiltrækning af
flere turister

*Markeds-
føring af
destina -
tionen*

PEJLEMÆRKER:

- Gæsten i centrum
- Bæredygtig udvikling
- Gør hinanden bedre

Organisering af turismen i Stevns Kommune

For at sikre et stærkt ejerskab til turismedagsordenen organiseres indsatsen fremover i en beslutningsdygtig styregruppe suppleret af arbejdsgrupper koblet på de seks indsatser. Hver arbejdsgruppe opererer med udvalgte leadorganisationer, som alle er repræsenteret i den overordnede styregruppe. Sidstnævnte mødes min. to gange årligt, og skal sikre en koordineret indsats på turismeområdet. Det foreslås at formanden er borgmesteren eller den respektive udvalgsformand med turisme som ansvarsområde. Der udarbejdes med vedtagelse af planen et årshjul på første møde i styregruppen.

Styregruppe for turismehandlingsplanen :
Politikere, VISM*, VS*, ØSM, Erhvervsråd, TF*.

Infra -
struktur &
mobilitet

LEAD:
Kommune
& TF*

Flere
steder at
sove

LEAD:
Kommune
&
Erhvervs-
råd

Flere &
bedre
oplevelser

LEAD:
Erhvervsråd
, VS*
, VISM*
, Museum

Adgang til
risikovillig
kapital

LEAD:
Erhvervsråd
&
Kommune

Samarbejde
& partner -
skab

LEAD:
VS*, TF*
, Erhvervsråd
& Kom -
mune

Tiltrækning
af flere
turister

LEAD:
VISM

LEAD rollen indebærer at koordinere arbejdsgruppemøder og referere til sekretariat for Styregruppen
LEAD rollen sætter i samarbejde med sekretariat for Styregruppen holdet i de enkelte arbejdsgrupper

* VS: Verdensarv Stevns
VISM: Visit Sydsjælland - Møn
ØSM: Østsjællands Museum
TF: Turistforeninger

Seks bærende indsats

Med strategien ønsker stevns kommune at styrke både det samlede turismeprodukt og de rammebetingelser , som erhvervet agerer indenfor .

Det skal ske gennem seks bærende indsats . For hver indsats er der opstillet en bruttoliste af mål , som de respektive arbejdsgrupper skal realisere .

Målene præsenteres på de følgende sider og prioriteres som led i processen mod udarbejdelse af endelig handlingsplan for turisme i Stevns.



Mål for bedre turismeprodukt


	Infrastruktur & mobilitet	Flere steder at sove	Flere & bedre oplevelser
Mål på kort sigt	<ul style="list-style-type: none"> -Bedre rammebetingelser for mobilitet -Mulighederne for wayfinding er styrket inkl . skilte fra veje - Etablering og markedsføring af fem vandre / cykelruter på 3 tre km. (rundture) - Udvikling af alternative transport - muligheder eks. hesteryg / vogn , cykler og kajakudlejning mv . 	<ul style="list-style-type: none"> -Overblik over det samlede udbud i og omkring kommunen -Afklare behov hos særligt campingpladsejere -Projektudvikling i nye sommerhusgrunde og lign . -Etablering af nye overnatningssteder samt udvikle eksisterende 	<ul style="list-style-type: none"> -10 kommercielle produkter som kobler sig til kernefortællingen - Introduktion af Marsklam version 1.0 - Fastsættelse af loft over besøgstal -200 frivillige på kursus i kernefortælling og godt værtskab - Uddannelsesprogram for kernefortælling og godt værtskab – udbydes til alle aktører - Bedre lystfiskertilbud
Mål på langt sigt	<ul style="list-style-type: none"> -Der er Wifi på Stevns klint og på Koldkrigsmuseet - Cykelfaciliteter på alle “ perler ” - Shuttlebus langs klinten og shuttle - båd / turbåd med faste afgange -Sammenhæng mellem blå og grønne ture -Landets største vandrefestival afvikles på Stevns - Tryggevælde Ådal åbnes op som attraktion 	<ul style="list-style-type: none"> -Flere tidsvarende og økonomisk bæredygtige campingpladser -Et nyt conferencehotel i det nordlige Stevns med 100 værelser - Et nyt overnatningssted i Højeruplund - Arbejde inden for planlov mod omdannelse af landbrug til overnatning 	<ul style="list-style-type: none"> -Et besøgscenter med unikke oplevelser og events i og omkring Boesdal Kalkbrud. -Koldkrigstræf - et event med 10.000 besøgende -Laboratorium for kunst , kridt og kalk ifbm . besøgscenter - Artists in residents - Udvikling af udsænkingssteder

Mål for bedre rammebetingelser

	Adgang til risikovillig kapital	Samarbejde & partnerskab	Tiltrækning af flere turister
Mål på kort sigt	<ul style="list-style-type: none"> - Udarbejdelse af værdikædeanalyse - Udarbejdelse af benchmark i turismens værdikæde - Koble idéer til investering endnu bedre – produkter og leverandører skal have kort vej til kobling 	<ul style="list-style-type: none"> - Erhvervsrettet turismeudviklingsgruppe der sikrer vejen for erhvervsinvesteringer i turisme og som løfter virksomhederne - Etablering af idébank , der fungerer som motor/inspiration for iværksætteri og understøttes af SER. - 3 partnerskabskurser årligt m. tematisk fokus på bl.a . “de gode historier ” og “ det gode værtskab ” 	<ul style="list-style-type: none"> - Oplevelser og events trækkes naturligt ind i VISM samarbejde - Stigning i besøgstal på attraktioner og overnatning - Turister hele året - Alle oplevelser på Tripadvisor mm.
Mål på langt sigt	<ul style="list-style-type: none"> - Etablering af investornetværk / forening med puljer , fonde banker m.fl . - Turismeinvesteringer matcher investeringer i øvrige erhverv 	<ul style="list-style-type: none"> - Etablering af partnerskabshus hvor virksomhederne kan få hjælp og møde dem i partnerskabet - Etablering af partnerskaber med sammenlignelige , udenlandske destinationer 	<ul style="list-style-type: none"> - Om 10 år er Stevns kendt i hele verden som et sted hvor kunstnere kan arbejde i formidable rammer: Klint , kold krig , ro, lys, luft - hvor vi har de rigtige faciliteter

Tre gennemgående pejlemærker

På tværs af alle indsatser er der defineret tre pejlemærker for god udvikling i turismen i Stevns Kommune. Pejlemærkerne skal ses som gennemgående værdier, der sammen med kernefortællingen skal gennemsyre den måde, vi sammen løfter turismen på.



Vi har
gæsten i
centrum

Vi sikrer
social,
økonomisk &
miljømæssig
bæredygtighed

Vi gør
hinanden
bedre

Tre gennemgående pejlemærker

På tværs af alle indsatser er der defineret **Vi tre pejlemærker** for god udvikling i turismen i Stevns Kommune .
ønsker at arbejde med pejlemærkerne ved gennemgående at kunne se påfølgende indikatorer for udviklingen .

Gæsten i centrum

Gæsten kommer igen
Vi spørger og måler på gæstens behov
Kendt for godt værtsskab
Score højt på årlige tilfredshedsundersøgelser
Vi modtager gæster strømlinet og med samme høje service i alle led
Gæsten får lyst til at blive længere
Gæsteambassadører føler en "kærlighed" til området

Social , økonomisk & miljømæssig bæredygtighed

Styrke og understøtte små og mellemstore virksomheder med fokus på turister
Flere små og mellemstore virksomheder samarbejder med udgangspunkt i værdikædeanalyse
Autentisk liv hele året rundt i kommunen
Den lokale stolthed og opbakning prioriteres
Et stærkt og engageret partnerskabsprogram i hele kommunen
Krav fra UNESCO efterleves og bæredygtig turisme prioriteres
Turismens slid og effekt på Stevns måles med henblik på at sætte ind i tide

Gør hinanden bedre

Stærke fora og netværk på tværs af sektorer og interesser
Fællesskaber lever og ånder på tværs af rammesættere , aktører og frivillige
Deltage i fælles events og arrangementer , der forbedrer det samlede produkt
Oprettelse af fælles erfaringsforum , der skaber rum for kommentarer og forslag