

Turismepolitik 2015-2018

Indledning



Ringkøbing- Skjern Kommunes vision Naturens rige er udtryk for at byrådet gennem naturen vil sikre borgerne det gode liv og at skabe vækst i kommunen. Visionen konkretiseres gennem planstrategien, de overordnede politikker og øvrige politikker. Herved sikres, at der er en rød tråd fra den overordnede vision til kommunens konkrete aktiviteter i forhold til og sammen med borgere, virksomheder og foreninger m.m. Planstrategien uddyber og konkretiserer den politiske vision.

De to overordnede politikker – Politik for det gode liv og Udviklings- og vækstpolitikken tager udgangspunkt i visionen og planstrategien og sætter gennem målsætninger retning for de øvrige politikker.

De øvrige politikker relaterer sig til bestemte målsætninger i den ene eller begge overordnede politikker og indeholder konkrete mål og indsatser, som der følges op på hvert år.

Turismepolitikken relaterer sig til følgende målsætninger i

Vækst- og udviklingspolitikken:

- Målsætning 1) Vi bruger vores natur aktivt til at producere fødevarer, ren energi og turisme!
- Målsætning 3) Vi vil fremme det gode værtsskab ved at tage imod nye borgere og besøgende med stor imødekommenhed!
- Målsætning 5) Vi søger konstant at påvirke vores omverden til at forbedre rammevilkårene for at bo og drive virksomhed i området!
- Målsætning 6) Vi gør alt, hvad vi må og kan for at hjælpe virksomheder med at etablere og udvikle sig!
- Målsætning 7) Vi har særlig fokus på vores erhvervsmæssige styrkepositioner!
- Målsætning 10) Vi brander og markedsfører området aktivt og vedholdende!

Politik for det gode liv:

- Målsætning 2) Sammen skaber vi rum, hvor relationer bliver knyttet og benyttet
- Målsætning 6) Naturen i by, land og vand benyttes aktivt til at øge sundhed og velvære samt leg og læring i fritid og fællesskaber
- Målsætning 7) Ildsjælenes initiativer for fællesskaber og ny løsninger bliver værdsat
- Målsætning 8) Vi støtter initiativer der fremmer rummelighed, tryghed og gæstfrihed

Vision for turismepolitikken 2015-2018:

Vi er nordeuropæernes foretrukne helårs kystferiedestination, fordi vi står sammen om at udvikle vores historie, natur og kultur.

Tema målsætning 1: Vi skaber stærke turismepartnerskaber mellem såvel offentlige- og private parter som lokale-, regionale- og nationale parter.

- Målsætning 1.1) Styrke de gode partnerskaber på tværs af turisterhvervet, destinationen og kommunen baseret på højt produktkendskab og udpræget sammenhæng.
 - *Der afholdes mindst et større arrangement årligt med relevante turisme temaer på dagsordenen. Der afholdes fyraftensmøder og/eller netværksmøder med turismeerhvervet 2 gange årligt i samarbejde mellem RKSJ og Ringkøbing-Fjord Turisme. Møderne tilstræbes afholdt på skift hos erhvervsaktører.*
 - *Der samarbejdes på tværs af hele kommunen, herunder samarbejdes med Landdistriktsrådet, Handelsrådet, Erhvervsrådet m.fl. Der arbejdes strategisk med kompetenceudvikling for turismevirksomheder, hvor blandt andet Erhvervsrådet tiltænkes en udførende rolle.*

- Målsætning 1.2) Opbygge nye partnerskaber lokalt, regionalt og nationalt, der udbygger det samlede turismeudbud.
 - *Samarbejde med relevante aktører på alle niveauer herunder Dansk Kyst- og Naturturisme, Region Midtjylland, VisitDenmark, Partnerskab for Vestkystturisme, Danske Destinationer, Holmsland Klit Turistforening, erhvervsaktører m.fl. Det er et mål, at der løbende er samarbejde om ét nationalt/regionalt projekt årligt.*

- Målsætning 1.3) Kortlægge muligheder for øget samfinansiering af turismens fællesgoder.
 - *Gennem nationale kanaler arbejdes der aktivt på at forbedre turismeerhvervets vilkår; herunder bl.a. KL's turismenetværk og KL's kystfølgegruppe.*
 - *I samarbejde med LBK prioriteres interne satsningsområder, hvor der bl.a. kan arbejdes med fællesgoder. Udviklingsplanen for Vestkysten indgår som et strategisk satsningsområde. Derudover er der udarbejdet en dynamisk liste med øvrige initiativer.*
 - *Der arbejdes i et udvidet samarbejde med Varde Kommune med henblik på videndeling, erfaringsudveksling og koordinering. Turistcheferne og administrative medarbejdere mødes mindst en gang i kvartalet. Der samarbejdes om fælles udviklingsinitiativer, hvor der er fælles berøringsflade mellem de 2 kommuner.*

- Målsætning 1.4) Aktiv rolle i realiseringen af og arbejdet med Vestkystpartnerskab.
 - *Borgmesteren, byrådsmedlem eller turistdirektør deltager i bestyrelsen for partnerskabet.*
 - *Kommunen skal facilitere eller deltage i Vestkystpartnerskabets netværksgrupper. Netværkene skal i høj grad være drevet af deltagerne og fokusere på udvikling.*
 - *Kommunen skal indgå i projekt om styrkelse af lokale fødevarer. Herunder få lokale erhvervsaktører i spil samt sikre lokale fødevarerenetværk, f.eks. Regional Madkultur Vestjylland, har en særlig rolle i projektet.*
 - *Sammen med Varde Kommune udvikles en vækstklunge for kystturisme i samarbejde med DKNT. Vækstklungen arbejder konkret med flg. projektidéer: Investeringsfremme, Kapacitetsudvikling, Udviklingsplan for Vestkysten, Fælles destinationsprojekt via udpegningen som stærkt feriested fra DKNT, samt "Drift af Vestkystruten". Desuden arbejdes med oplevelsesudvikling med fokus på styrkepositionerne i begge kommuner, samt forbedring af basisinfrastrukturen.*
 - *Medvirke til implementering og realisering af Udviklingsplan for Vestkysten.*

Tema målsætning 2: Vi skaber ambassadører ved at dyrke det gode værtskab i alt, hvad vi gør.

- Målsætning 2.1) Fortælle den gode historie om området og turismen som et bæredygtigt væksterhverv.
 - *Der arbejdes strategisk på samarbejder med nationale og internationale vidensinstitutioner. Målet er øget anvendt forskning i turismen, således at denne gøres målrettet og erhvervsrelevant.*
 - *Kommunen indgår som partner i projektet Rethinking Tourism in a Coastal City med fokus på rekreative faciliteter, nye muligheder for blandt andet filmturisme, kulturturisme og events.*
 - *I vækstklungen for kystturisme sammen med Varde Kommune, arbejdes med en Erhvervs Ph.D. med fokus på afdækning af det oplevelsesøkonomiske potentiale i idrætshaller og andre rekreative faciliteter; herunder i landdistrikterne. Der udvikles nye produkter i forlængelse heraf, såfremt disse kan afsættes og driftes. Erhvervs Ph.D. deles mellem RKSK og Varde Kommuner. Der nedsættes en lokal følgegruppe bestående af, EU, LBK, Landdistriktskoordinator, Sammenhængskraftkoordinator, Videnkoordinator og Landdistriktsrådet.*

- Målsætning 2.2) Skabe grundlag for øget salg (både krydssalg og mersalg) igennem facilitering af netværk, produktudvikling og kompetenceløft af værdikæder i hele kommunen.
 - *Med udgangspunkt i erfaringerne fra tidl. Projekter; herunder bl.a. "Værtskab i Verdensklasse" arbejdes fortsat med kompetenceudvikling af turismeerhvervet og med formidling, salg og kvalitetssikring af de udviklede produkter.*
 - *Der tilbydes kurser i digitalt værtskab og formidling og andre kurser gennemføres i samarbejde med erhvervet. Der samarbejdes med bl.a. Kompetencegruppen og Uddannelsescentret omkring forankring og kvalitetssikring af kurserne.*
 - *Der arbejdes med produktudvikling, produktkendskab og videndeling hos turismeerhvervet, via allerede etablerede netværk samt Ringkøbing Fjord Turisme.*
 - *Der arbejdes målrettet på igangsætning af større nationale – og internationale projekter, bl.a. i regi af Partnerskab for Vestkystturisme og Central Denmark EU, og særligt med fokus på mulighederne inden for speciel interest turisme og kompetenceudvikling.*
 - *Igennem hele politikperioden arbejdes målrettet med netværks facilitering og kompetenceløft af turismeerhvervet. Endvidere samarbejdes med Dansk Kyst og Naturturisme om et nationale kompetenceudviklingsprojekt for det danske kystturismeerhverv; ligesom der arbejdes lokalt og internationalt på områder, der supplerer det nationale projekt. Der arbejdes med udvikling af bookingplatform mhp. mersalg og gennemskuelighe for kunden i samarbejde med erhvervet. Forudsætningen er, at der kan udvikles en bæredygtig forretningsmodel herfor.*

- Målsætning 2.3) Dyrke det gode værtskab i de to stærke vækstmotorer: Søndervig og Hvide Sande samt de fire minidestinationer: Vedersø, Ringkøbing, Skjern Å og Bork Havn.
 - *Der arbejdes fortsat målrettet med implementering af dele af potentialeplanerne samt trafik- og helhedsplaner for Hvide Sande og Søndervig.*
 - *Der arbejdes fortsat målrettet med implementering af dele af potentialeplanen for minidestination Bork Havn med udgangspunkt i samarbejde med Land, By & kultur.*
 - *Der arbejdes på en øget sammenhæng mellem NaturKraft, Ringkøbing og resten af kommunens turismeindsats, bl.a. via projektet Rethinking Tourism in a Coastal City.*
 - *I forlængelse af projekterne New Nordic Noir og Rethinking Tourism in a Coastal City arbejdes der på at kommerialisere og udvikle mulighederne for filmturisme.*

- Målsætning 2.4) Løfte kvaliteten i grundproduktet, så den understøtter prisniveauet og udviklingsmulighederne for nye produkter og oplevelser.
 - *I samarbejde med RKSK energipolitik, skal der arbejdes for energioptimering af feriehuse.*
 - *Arbejde for kort-ferie udlejning af feriehuse, særligt i ydersæsonen.*
 - *Kampagne mod feriehusejere med henblik på øget udlejning.*
 - *Der arbejdes med strategi for cykelturisme med henblik på afdækning af kommercielle muligheder for cykelturister.*

Tema målsætning 3: Vi tilbyder oplevelser og produkter til nye og eksisterende målgrupper med udgangspunkt i Naturens Rige.

- Målsætning 3.1) Vi arbejder for rammebetingelser, der understøtter et konkurrencedygtigt og bæredygtigt turismeerhverv.
 - *Generelt fokuseres på at skabe en øget tilgængelig senge-kapacitet i højsæsonen. Bl.a. gennemføres en kampagne målrettet feriehusejere med henblik på øget udlejning, godt værtskab og energirenovering.*
 - *Der arbejdes på at øge antallet af kort-ferie overnatningsformer, særligt i ydersæsonen. Herunder fokuseres der ligeledes på overnatningsformer, som henvender sig direkte til specifikke målgrupper, som eksempelvis camping, lystfiskerturister, "foodies" samt surfturister.*
 - *Administrationen understøtter turismeerhvervets interesser; bl.a. ved udarbejdelse af projektansøgninger og gennem deltagelse i politiske netværk hhv. KL turismepolitiske netværk, Advisory Board for Dansk Kyst og Naturturisme samt tværnationale ad hoc arbejdsgrupper om f.eks. kystturisme planlægning*
 - *Ringkøbing-Fjord Turisme er medlem af Danske Destinationer og sikrer interessevaretagelsen i dette forum. Deltager desuden i relevante faggrupper og netværksarrangementer*
 - *RKSK deltager i internationale turismenetværk; bl.a. kystturismenetværket NECSTouR, Coastal Tourism Network med Varde Kommune og arbejder proaktivt sammen med Central Denmark EU for at identificere projektmuligheder og evt. forberedelse af- og deltagelse i disse. Ambitionen er at deltage i mindst 1 EU-projekt mindst hvert 2. år.*

- Målsætning 3.2) Vi øger tilgængeligheden til naturen og kulturen for alle brugergrupper for at styrke turisme og bosætning.
 - *Der samarbejdes med Land, By og Kultur omkring udvikling af rekreative faciliteter, stier mm. som understøtter speciel interesse turisme baseret på de stedbundne potentialer for hhv. cykel, lystfiskeri og boardsport og i mindre omfang Ride- og vandreturisme.*

- Målsætning 3.3) Vi arbejder konkret med værdiskabende speciel interesse turisme i hele kommunen med udgangspunkt i de stedbundne potentialer.
 - *Indenfor de Special-interesse områder, der satses på, arbejdes der på at opkvalificere de rekreative faciliteter. I samarbejde med erhvervet fokuseres på produktudvikling, øget service og øget værtskab i naturen målrettet nye kundesegmenter og nye markeder.*
 - *I samarbejde med Landdistriktskoordinatoren inddrages Landdistriktsrådet i udviklingen af indlandsturismen i RSKS. Indsatserne skal understøtte den overordnede strategi for kystturismen, så indsatserne går "hånd i hånd". Indlandsturismen udvikles med kommercielt sigte og skal medvirke til at forbedre kommunens samlede turismeprodukt.*

- Målsætning 3.4) Vi tilbyder lokale fødevarer som en del af vores oplevelsesprodukt.
 - *Der skal arbejdes konkret med indsatser der udvikler og brander særlige lokale fødevarer som en del af turismens oplevelsesprodukt. Stauning Whisky er et eksempel på et unikt produkt som er med til at brande hele området. Vi skal skabe basis for at flere af denne type fødevarerprodukter kan udvikles og skabe øget mulighed for de oplevelser der knytter sig hertil.*
 - *Der arbejdes specifikt med konceptet "Pop-up restauranter" for at være med til at understøtte de lokale restauranter og fødevarerproducenter. Konceptet kan koble indlands- og kystturismen sammen og skal udvikles i samarbejde med Erhvervsrådet og Regional Madkultur Vestjylland og drives af enten et etableret fødevarer-netværk, eller af erhvervet selv.*
 - *Turisterne skal præsenteres for lokale fødevarer i restauranter og detailhandlen på feriestederne, både til indkøb på selve ferien og til at bestille hjemmefra efter ferien. Der vil arbejdes for at få etableret forskellige værdikædesamarbejder, således værdien af lokale fødevarer bliver synliggjort blandt aktørerne. Der etableres kontakt til destinationer, som har erfaring med dette, med henblik på at opnå indsigt i, hvorledes værdien bliver synliggjort og egentlig samarbejde mellem producenter, detailhandlen samt restauratører bedst mulig etableres.*

- *I samarbejde med Erhvervsrådet kan der fokuseres på fødevarer ifm. netværks- og fyraftensmøder.*
- Målsætning 3.5) Vi øger synligheden af og sammenhængen mellem eksisterende produkter og oplevelser i Naturens Rige.
- *Samarbejder på tværs af turismens værdikæder, dvs. overnatning, bespisning, detailhandel, oplevelser og aktiviteter mm. skal styrkes, således at det bliver nemt og bekvemt for turisterne at finde relevante oplevelser og aktiviteter, transport, indkøb m.m.*
 - *Bæredygtig energi og turisme har igennem flere år været i fokus i RKSK, hvor vindmøller kan få en rolle, bl.a. som led i initiativet EnergiSafari og som mål for guidede ture.*
 - *Destinationens PR indsatser skal som supplement til den eksisterende indsats fremover inddrage fødevareroplevelser som en del af turismeoplevelserne, hvis standarden i disse lever op til destinationens samlede kvalitetskrav.*

Tema målsætning 4: Destinationens strategiske markedsføring understøtter værdierne i Naturens Rige.

- Målsætning 4.1) Vi skaber et værdibaseret eksternt brand, som understøtter destinationens identitet
- *Den i – samarbejde med erhvervet- udviklede brandbook (praktisk værktøj til virksomhederne) skal benyttes som strategisk værktøj for turismevirksomhederne fremadrettet og RFT kan sikre, at brandet fortsat benyttes til at sikre destinationens identitet i den eksterne branding.*
 - *De udviklede destinationsvideoer skal udbredes på alle relevante turismeplatforme og understøtte de tematiske special-interest indsatser, der arbejdes med.*
- Målsætning 4.2) Vi synliggør events, som har reason-to-go potentiale for eksisterende og nye målgrupper.
- *Der afsøges muligheder for yderligere synliggørelse af events, begivenheder m.m. som har relevans for turismen i hele kommunen via turistforeningens eksisterende platform. Ligeledes afsøges muligheden for samarbejde med lignende events med henblik på en form for fælles markedsføring; evt. i samarbejde med DKNT og Vestkystpartnerskabet.*

- Målsætning 4.3) Destinationens markedsføring understøtter helårsturisme med fokus på Vestkysten og sammenhæng fjorden rundt.
 - *Destinationen er fortsat førende drivkraft i Nordsee-kampagnerne på det tyske marked.*
 - *Der arbejdes på øget markedsføringsaktivitet på det danske marked og eventuelt øvrige nærmarkeder sammen med Danske Destinationer og Dansk Kyst og Naturturisme.*

- Målsætning 4.4) Destinationens markedsføring har nær sammenhæng med kommunens bosætnings- og profileringspolitik.
 - *Koordinering med kommunens bosætnings- og profileringssekretariat.*
 - *Sammenhæng med "Naturens Rige".*

Vækstmål for perioden 2015-2018:

Nøgletal for Ringkøbing-Skjern Kommune	Vækstmål 2011-2015*	2012-tal	Midtvejs vækst i destinationen 2008-2012	Vækstmål for perioden 2015-2018 (*baseret på 2012 tal):
Turismeskabt omsætning	9,4% p.a.	2,700 mia. kr.	7,1% p.a.	7,0 % p.a.
Overnatninger	4,6% p.a.	5,127 mio.	0,75% p.a.	3,5 % p.a.¹
Døgnforbrug	4,6% p.a.	451 kr.	3,4% p.a.	3,5 % p.a.
Fuldtidsbeskæftigelse	6,8% p.a.	2.767	5,1% p.a.	5,0 % p.a.
Gæstetilfredshed i alle minidestinationer	<i>Ingen mål opstillet</i>	Hvide Sande: 83% Søndervig: 74% <i>Tal kun tilgængelige for Hvide Sande og Søndervig</i>	<i>Ingen tilgængelige tal i 2008</i>	Gæstetilfredshed i minidestinationer over 80% Gæstetilfredshed i vækstmotorer over 90%

*vækstmål for denne periode er baseret på 2008-tal, som var sidst tilgængelige tal i 2010, da målene blev udformede.

¹ Under forventning af at Søndervig Feriepark etableres.