

TURISMEPOLITIK for Kerteminde Kommune

2015 - 2025



FOTO (C) Emil Andresen www.fotobiksen.dk



FOTO (C) Emil Andresen www.fotobiksen.dk

Indhold

1. INDLEDNING	2
1.1 FORORD.....	2
1.2 FORMÅL.....	3
2. TURISMEPOLITIK FOR KERTEMINDE KOMMUNE	4
2.1 TURISMEERHVERVET I DAG	4
2.2 KERTEMINDES TURISMEBRAND – KERTEMINDE - HAVEN VED HAVET	4
2.3 PRIORITEREDE MÅLGRUPPER / GÆSTER	4
2.4 KONKURRENCESITUATIONEN	5
2.5 TURISMEØKONOMI.....	5
2.6 HELÅRSTURISME	5
2.7 OPLEVELSESØKONOMI	5
3. TURISMEINVESTINGER	6
3.1 VISION FOR UDVIKLING AF TURISMEOMRÅDET	6
4. INDSATSOMRÅDER	7
4.1 MARITIME	8
4.2 VIKINGER.....	9
4.3 ATTRAKTIONER.....	10
4.4 KVALITETSSIKRING	11
4.5 OVERNATNINGER.....	12
5. BRANDING OG KOMMUNIKATION:	13
6. INTERESSETER	13
7. EVALUERING, OPFØLGNING OG FORANKRING	13
8. KILDER OG MATERIALER	13

1. Indledning

1.1 Forord

Med kommunalvalget 2013 er der skabt nye rammer for den kommunale udvikling af turismeområdet i Kerteminde Kommune. Der er oprettet et nyt udvalg - Turismeudvalget - som skal styrke turismens udvikling.

Med oprettelse af Turismeudvalget blev det hurtigt klart, at en overordnet politik for turismeindsatsen vil være ønskelig for en målrettet udvikling af turismen og turismeerhvervet. Turismepolitikken vil fungere som et selvstændigt strategisk pejlemærke for turistarbejdet og den er opbygget som en naturlig del af den helhed, der samtidig giver sig til udtryk i det kommunale turismeudvalgs samlede ansvarsområde.

Turismepolitikken skal være med til at skabe en større sammenhæng mellem kommunens udvikling og planlægning indenfor en række forskellige fagområder, der har betydning for turismen, blandt andet erhvervsudvikling, fysisk planlægning, kultur- og fritid samt bosætning.

I en erkendelse af, at Kertemindes attraktionskraft er knyttet til kysten, naturen og kulturen, historiske og nutidige kunstnere, museer, attraktionerne, seværdighederne, områdets fortællinger og særlige atmosfære, har Kerteminde Kommune prioriteret en række turismemæssige investeringer og bidraget til at udvikle en potentialeplan, som understøtter en meget konkret og indsatsfokuseret strategiplan.

Kertemindes Byråd ser potentiale i at skabe vækst og udvikling af turismeindsatsen ved at understøtte aktiviteter og tiltag, der udvider sæsonen, og som dermed kan øge antallet af arbejdspladser i kommunen.

Turismepolitikken angiver de retningslinjer, mål og indsatsområder, der skal arbejdes med på turistområdet frem til 2025.

På vegne af Kerteminde Byråd

Hans Luunbjerg

Borgmester

Knud Skov Ahrnkjøl

Udvalgsformand for
Turismeudvalget



Foto Visit Kerteminde

Turismepolitik for Kerteminde Kommune er godkendt af Kerteminde Byråd på Byrådsmødet d. 28.1.2015.

1.2 Formål

Grundlaget for turismepolitikken er baseret på to afholdte byrådsseminarer, samt et omfattende materiale udarbejdet af Østfyns Museer, Videnscenter for Kystturisme, VisitDenmark, VisitKerteminde, Living Concept, m.fl.

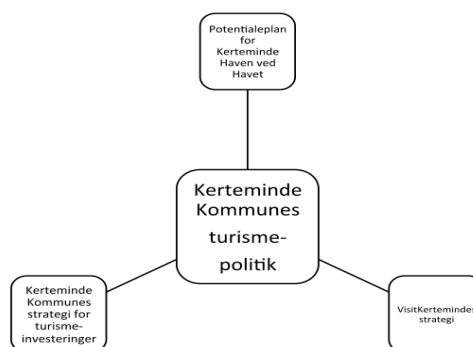
Kerteminde Kommunes turismepolitik mod 2025 er et vigtigt bidrag til Kerteminde Kommunes samlede indsatser om at styrke turisme- og oplevelsesøkonomien.

En sammenhængende kommunal indsats som fortsat forventes at være udviklings- og vækstskabende.

Denne ambition om udvikling og vækst deler Region Syddanmark, som i sin Turismepolitiske redegørelse fra 2013 pointerer, at **"Kerteminde har potentiale som et af dansk turismes særlige feriesteder"**.

Ambitionen understreges også af VisitKertemindes deltagelse i det nationale EU-udviklingsprojekt "Kystbyer i vækst - udvikling af stedbundne turismekoncepter i danske kystferiebyer".

Modellen viser den tætte sammenhæng mellem de strategiske indsatsområder



I nærværende Turismepolitik præsenteres den overordnede vision og de fem overordnede turismeinvesteringer, der vurderes at være de mest centrale for udviklingen af turismen, med udgangspunkt i Kerteminde Kommunes vision:

Natur og Kulturarv - Vækst og Udvikling

Turismepolitikken skal samlet set medvirke til at give svar på følgende spørgsmål:

1. Fakta om turismeområdet i Kerteminde Kommune - hvor står vi nu?
2. Turismepolitik med strategi og investeringsområder - hvor vil vi hen?
3. Handlingsplan med konkrete aktiviteter - hvordan gør vi det?



Fyns Hoved, Kerteminde. FOTO (C) Emil Andresen www.fotobiksen.dk

2. Turismepolitik for Kerteminde Kommune

2.1 Turismeerhvervet i dag

I turistmæssig henseende har Kerteminde unik status som en kommune med knapt 24.000 indbyggere og ca. 154 km kystlinje - kystområder med masser af natur og kulturarv, og ikke mindst en uspoleret maritim atmosfære. Kerteminde Kommune er et attraktivt sted at bosætte sig.

Kystturisme er den ferief orm, som har størst økonomisk betydning for dansk turisme, målt i antal overnatninger og omsætning.

Den særlige interesse for kystturisme fokuseres på flere overordnede tendenser internationalt i forhold til nye krav hos den moderne kulturforbruger, nye tilgange til by- og yderområdeudvikling og nye måder, hvorpå steder og byer forstås og fortælles.

Som del af et EU-projekt har Kerteminde i et par år arbejdet intensivt med udvikling af stedbundne kvaliteter i gentækningen af den danske kystferie. Den fynske kystby har potentialet til fortsat at forblive en attraktiv og værdsat kystferiedestination i hjertet af Danmark.

Kommunen er endvidere karakteriseret ved et meget stort udbud af feriehuse, mange lystsejlerbesøg og en stor kapacitet på campingpladserne. Naturen og den maritime profil spiller en central rolle sammen med alt hvad dertil hører af aktiviteter på vandet, ved kysten, på stranden og i skovene.

Ligeledes har kommunen er række attraktioner, fyrtårn og kommende anlæg, heriblandt Johannes Larsen Museet, Vikingemuseet Ladby, Fjord og Bælt, Bytoften, Fuglehusene, Søbadet, Kerteminde Marina, Jollehavnen og Renæssancehavnen samt etablering af Golfbanen - Great Northern, Munkebo Bypark Langeskov Park, Langeskov Station og Sybergland.

2.2 Kertemindes turismebrand – Kerteminde - Haven ved Havet

Kerteminde Kommune har prioriteret sine unikke karakteristika og fundet nedenstående styrker relevante og interessante for at fremstå tydelig, synlig og attraktiv som et rejsemål. Kertemindes brand er derfor baseret på, at disse karakteristika er en rejse eller en omvej værd for vores gæster.

Kerteminde - "Haven ved Havet" er et destinations brand for

- a) Det autentiske købstadsmiljø med den gamle historie og den mangfoldige kultur
- b) Museerne med kunst- og kulturarvshistorie
- c) Nærhed til den uberørte natur med kyst og fjorde og attraktive strande
- d) Maritime oplevelser i fiskerihavn, Marina og Renæssancehavn
- e) Events
- f) Gourmet og smagsoplevelser af lokale fødevarer
- g) Et værtsskab kendetegnet ved tryghed, hjælpsomhed, venlighed og hjertelighed

2.3 Prioriterede målgrupper / gæster

Der er to prioriterede målgrupper overfor hvilke Kertemindes brand, kultur- og naturattraktioner, seværdigheder og oplevelsesprodukter fremstår attraktive og tilgængelige:

- A. Det Gode Liv - målgrupper i Danmark, Sydnorge og Nordtyskland.
Denne målgruppe er voksne par uden børn. De er livsnydere, madelskere og naturfans.
 - Denne målgruppe vil være med til at bidrage til sæsonforlængelsen på destinationen.
- B. Sjøv, leg og læring - målgrupper i Danmark, Sydnorge og Nordtyskland.
Børnefamilier som søger kvalitetstid, familietid og legetid.
 - Denne målgruppe vil være med til at bidrage til fastholdelse af overnatninger og besøgende i højsæsonen, som er børnenes skoleferie.

Kertemindes unikke fordele er differentieret alt efter hvilket marked og hvilke målgrupper der arbejdes med.

De unikke intime omgivelser, omringer Kerteminde med Kyst, fjord og nor; 154 km kystlinje og gode adgangsveje som inviterer til ro, afslapning, cykel- og vandoplevelser. Den gamle købstad hvor stranden (næsten) ligger midt i hovedgaden, hvor syv havne fra tiden "der var engang" kan genopleves

og genopdages, hvor vandet og havbunden er så ren, at livet under overfladen summer af al slags fisk fra fladfisk til ørreder.

Kerteminde kommune er en unik destination i sammenhæng med et højt udbud af kvalitetsoplevelser, som går hånd i hånd med målgruppens behov.

2.4 Konkurrencesituationen

På det europæiske marked vil sammenhængen med de øvrige kystbyer, vikingefyrtårnene i Danmark og nærheden til store seværdigheder, som f.eks. Legoland være positive konkurrenceparametre, som Kerteminde kan udnytte endnu mere i et stigende konkurrence- og prisudsat marked.

På det lokale fynske samt regionale marked står Kerteminde stærkt og tydeligt.

På det danske hjemmemarked udenfor Region Syddanmark ligger der fortsat en del muligheder for at synliggøre Kerteminde. Derfor er det højt prioriteret at vi samarbejder med aktører om tematiske sammenhænge fremfor geografiske.

Eksempler herpå er samarbejdet med kystbyerne: "Danmark i vandkanten", Dansk Turismefremme, Campingrådet, VisitDenmark, men også i relation til produktrelaterede temaer såsom Vikinger, Kunstnerkolonierne, B&B, Ole Lukøje, cykel- og vandreturisme på tværs af Fyn, Havørred Fyn m.fl.

2.5 Turismeøkonomi

I Kerteminde Kommune genererer turismen skønsmæssigt 214 mio. kr. i årsomsætning og flere end 300 mennesker er i arbejde i turismerelaterede og afledte jobs i Kerteminde Kommune. (pr. 2014).

Turismen er et lige så betydningsfuldt erhverv i kommunen som andre brancher. Værditilvæksten i Kerteminde ligger over landsgennemsnittet.

Turismen gavner mange ting i Kerteminde Kommune, også mange usynlige ting - kommunen tjener nemlig penge på at investere i turismen. Helt konkret betyder det at for hver mio. kr. der omsættes i turismeforbrug, giver det kr. 540.000 i værditilvækst. For hver mio. der omsættes skabes der 1,3 årsværk i kommunen - og for hver mio. der omsættes tilbageføres 460.000 til kommune og stat i form af afgifter og skatter.

2.6 Helårsturisme

Kerteminde Kommune har et stort ønske og potentiale for at udvikle helårsturisme.

Den kystnære beliggenhed betyder, at havet spiller en vigtig rolle for at udvikle turismen. Kommunen har en rig kulturhistorie med mange smukke landskaber, der gør historien synlig i landskabet og er kendt som at være et område, hvor kunstnere gennem tiderne har valgt at slå sig ned for at bo og arbejde. De rekreative naturområder er et stort aktiv for borgere og turister, og de velbevarede landsbyer, herregårde, kirker og oldtidsminder er med til at skabe rammer for oplevelsesrige besøg i Kommunen.

Med udgangspunkt i dette, er der gode muligheder for at udvide turistsæsonen til at vare hele året. Ved at øge antallet af overnatningsmuligheder, er der mulighed for at skabe vækst og øge antallet af helårsarbejdspladser indenfor erhvervet.

Ligeledes er udviklingen af feriekoncepter til forskellige målgrupper, en måde til at skabe vækst, og til at sprede turisterne over hele året. Sidst men ikke mindst skal antallet af aktiviteter og events kontinuerligt øges, da disse er værd at rejse efter.

Erhvervsturisme er i vækst. I forbindelse med udviklingen af Lindø Industripark og et positiv opsving i erhvervslivet i Kerteminde Kommune, er der et øget behov for etableringen af overnatningsfaciliteter til denne målgruppe.

2.7 Oplevelsesøkonomi

Begrebet oplevelsesøkonomi er gennem de seneste år kommet mere i fokus indenfor turismeområdet. Hovedtendensen er at turisterne gerne vil involveres og inddrages i de oplevelser de opsøger. De vil gerne lære noget om de ting de oplever og være aktive i indlæringen.

Oplevelsesøkonomien kan betragtes som et samlende begreb, hvor samspillet mellem flere områder giver en højere vækst end den vækst, det enkelte erhverv selv skaber. Oplevelsesøkonomien rummer et vækstpotentiale og udfordringen ligger i at få bundet kultur- og naturværdier sammen med oplevelseserhverv og turisme og finde produkter, som er særlige for lokalområdet og som skaber værdi og sammenhængskraft for både borgere og turister.

Mange erhverv i Kerteminde Kommune sælger i større eller mindre grad oplevelser. De mest centrale oplevelseserhverv er kystturisme, overnatning, kultur, kunst og underholdning. Det er væsentligt for Kerteminde Kommune at indgå i netværk og samarbejdsrelationer med aktører for at knytte bånd og udvikle koncepter.



FOTO (C) Emil Andresen www.fotobiksen.dk

3. Turismeinvesteringer

Kerteminde Byråd har arbejdet med en bruttoliste bestående af en række mulige investerings-scenarier med en prioritering af de turismeinvesteringer, der bedst muligt vil kunne realisere kommunens vision.

De 5 turismeinvesteringer er:

Maritime: udnytte kysten og det maritime oplevelsespotentiale både på Storebælt og i fjorden. Udvikling af marinaområdet med gode faciliteter af høj kvalitet samt udnyttelse af strandarealer.

Vikinger: knytte vikingehistorien og aktiviteter sammen. Koble læring og formidling via moderne digital formidling. Udvikling af kulturturismen.

Attraktioner: udvikle hele kommunen til en destination, hvor steder, historier, fortid og fremtid og kvaliteter bindes sammen, strategisk understøttelse af attraktioners udvikling.

Kvalitetssikring: prioritere miljøbevidsthed og bæredygtig kvalitet for at skabe værdi for borgere og turister i kommunen. Skabe gode adgangsforhold i byerne og naturen. Værne om det personlige værtskab, arbejde hen imod at opnå nationale og internationale certificeringer. Højne standarden på offentlige faciliteter.

Overnatninger: øge kapaciteten i hele kommunen: omfattende hoteller, bynære overnatninger, campingpladser, opgradering af udlejningshuse, naturbaseret overnatning, o. lign.

3.1 Vision for udvikling af turismeområdet

Kerteminde Kommune ønsker at være attraktiv som bosætningskommune og et sted, hvor det "Gode liv" og "Haven ved Havet" udfoldes.

Ved at bevare og værne om naturen og se kulturarven som ressource kan egnens attraktionsværdi og stedbundne potentialer aktivt udnyttes. Hermed styrkes fællesskabet, så land og by fremstår interessant og besøgsvenlig for både borgerne og turisterne.

Med sine mange havne, sin unikke kulturarv, købstad og nærheden til vand og natur, skal området brande sig selv som en levende kystferieby med mulighed for byoplevelser, shopping og nære kultur-

og naturoplevelser under navnet "Kerteminde - Haven ved Havet"; og hermed placere den fynske kystby i toppen over de bedste badebyer i Danmark.

Den lokale gastronomi skal fremhæves og dyrkes, værtskabet skal styrkes, og der skal sættes på bl.a. lystfiskeri, vikingoplevelser og den maritime stemning.

Visionen for turismepolitikken er:

"Hvad der er godt for os, er godt for vores gæster"



Foto VisitKerteminde

4. Indsatsområder

Danmark er i udlandet kendt for at være et rent og sikkert land at færdes i med nærhed til kulturen, naturen og kysten. Turisterne kommer ikke kun på besøg i Kerteminde Kommune, men færdes på tværs af kommunegrænser.

Med destinationsudviklingen "Haven ved Havet" skal Kerteminde Kommune gøres til et af Danmarks top 10 bedste og mest fortrukne kystdestinationer, og via relevante samarbejdsrelationer, sikre en løbende udvikling.


"Haven ved Havet" sammenfatter som brand den maritime lilje med det frugtbare og velsmagende - det gode og det sunde liv, kombineret med et unikt værtskab.

Med henblik på at indfri visionen og få Kerteminde Kommune til at fremstå som et enestående sted, er målet at øge antallet af turister og øge antallet af overnatninger med henblik på at udvide sæsonen og øge antallet af arbejdspladser.


For at opnå dette vil fokus være rettet mod at udvikle og vedligeholde stedbundne unikke ferieoplevelser og tidstypiske koncepter, hvor borgere i kommunen involveres og aktiveres.

Under de 5 turisme investeringer arbejdes der med disse begreber: "specialisering og niche", "samvær og fællesskab", "spektakulært og ekstremt", "mad og madoplevelser", "ro og refleksion" samt "sundhed og optimering".

4.1 Maritime

Indsatsområde 1	Maritime
Målsætning	<p>Turismeoplevelser udvikles med udgangspunkt i naturen og kulturarven og det maritime miljø. Værne om og tydeliggørelse af egnens autenticitet.</p>
Hvorfor	<p>Understøtte formidling af kulturhistorie og den maritime historie med fokus på "Genopladning og det gode liv" - udvikle bevidstheden om værdien af den maritime kulturhistorie.</p> <p>Kysterne vedligeholdes, så de kan vedblive at være attraktive naturværdier som kan anvendes aktivt hele året.</p> <p>Naturområder, aktiviteter og oplevelser skal bindes bedre sammen, med respekt for det enkelte områdes unikke kvaliteter, så de bliver så attraktive for turisten, at de er værd at rejse efter.</p>
Hvordan	<p>Understøtte udviklingen af kystturisme ved bl.a. at videreudvikle og skabe kvalitet i oplevelsen når man befinder sig i de maritime miljøer. Herunder sikre at fortællingen opleves på alle tider af året.</p> <p>Fastholde gode strandområder og tilgængelighed til kysten så disse fremstår som attraktive for sportsbegivenheder, fiskeri og andre aktiviteter.</p> <p>Synliggøre marina, sejlkлуб, jollehavn, fjord og nor og Renæssancehavn.</p>
Interessenter	Aktører indenfor de maritime aktiviteter.
Hvad vil vi gøre?	Indtænke områderne i kommunens planer og strategier.
Sådan måles	Antallet af gæster.
<p><i>FAKTA - Maritime i Kerteminde Kommune</i></p>  <p>FOTO (C) Emil Andresen www.fotobiksen.dk</p>	<p><i>Kerteminde Kommune vil understøtte oplevelsesbaseret udnyttelse af kysten og det maritime oplevelsespotentiale både på Storebælt og i Fjorden og Noret.</i></p> <p><i>Udviklingen af marinaområdet med gode faciliteter af høj kvalitet samt udnyttelse af strandarealerne, herunder at sikre god adgang og sammenhæng mellem blå og grønne natur- og kulturoplevelser.</i></p>


4.2 Vikinger

Indsatsområde 2	Vikinger
Målsætning	Aktiviteter og oplevelser udvikles med afsæt i vikingetidens kulturhistorie.
Hvorfor	Skabe rammerne for et værdiskabende samarbejde lokalt og nationalt, som giver borgere og gæster mulighed for at genopdage historien og den danske kulturarv.
Hvordan	<p>Ladbyeskibet er kulturarv i højeste klasse - stedet vurderes at have verdensarvpotentiale.</p> <p>Mulighed for masser af oplevelser med udspring i vikingetiden for både børn og voksne herunder konceptualisering af vikingoplevelserne i kommunen.</p> <p>"Viking Hotspots" - infrastruktur /stisystemer. Appellerer til både kultur- og naturturister.</p> <p>Fx ved Vikingemuseet Ladby, Bytoften i Langeskov, feriekonceptet "I Vikingernes Fodspor", vikingemarked i uge 42, NOR.</p> <p>Samarbejde med andre vikingemuseer / attraktioner ("Vikingebuen")</p>
Interessenter	Aktører indenfor branchen.
Hvad vil vi gøre?	Indgå i netværk og etablere samarbejdsaftaler med aktører Indtænke områderne i kommunens planer og strategier.
Sådan måles	Antallet af gæster.
<p><i>FAKTA - Vikinger i Kerteminde Kommune</i></p>  <p>FOTO (C) Emil Andresen www.fotobiksen.dk</p>	<p><i>Kerteminde Kommune vil via samarbejdet med nationale vikingektører, sikre den kulturelle formidling af Kertemindes unikke og historiske vikinge karakteristika.</i></p> <p><i>Det skal medvirke til at skabe oplevelser og aktiviteter på tværs af kommunegrænserne i hele landet, og skabe sammenhæng, læring, undervisning, formidling, konceptualisering og pakketering omkring Kertemindes og Danmarks vikingehistorie.</i></p>

4.3 Attraktioner

Indsatsområde 3	Attraktioner
Målsætning	Udvikle attraktioner og skabe en samlet turismedestination med gode oplevelseskoncepter i samarbejde med aktører og Kommunen, sådan at Kerteminde - Haven ved Havet bliver en samlet attraktion.
Hvorfor	Gæsterne søger i stigende grad en samlet oplevelse af unik kvalitet. Gæsterne søger tillige aktiv inddragelse på tværs af oplevelserne, hvorfor pakkeoplevelser bliver omdrejningspunktet.
Hvordan	<p>Understøtte events og begivenheder.</p> <p>Understøtte udviklingen af kyst- og naturturisme.</p> <p>Samarbejde på tværs af aktører - frivillige - erhverv – kommuner.</p> <p>Understøtte udvikling af det kunstneriske miljø i Kerteminde Kommune.</p> <p>Understøtte den strategiske udvikling af museer og oplevelsessteder i Kommunen.</p>
Interessenter	Aktører, Kommunen, sammenlignelige attraktive destinationer i Danmark.
Hvad vil vi gøre?	Indgå samarbejdsaftaler og i netværk med andre aktører på området. Understøtte strategiskplanlægning og udvikling af attraktioner.
Sådan måles	Antal overnatninger, antal gæster og tilfredshedsundersøgelser.
<p><i>FAKTA - Attraktioner Kerteminde Kommune</i></p> 	<p><i>Attraktioner, begivenheder og arrangementer har en direkte betydning for Kerteminde kommune som destination.</i></p> <p><i>Kommunen ønsker at understøtte en udvikling som binder produkter, overnatning og såvel eksisterende som kommende attraktioner og events sammen, så kommunen fremstår som en samlet destination.</i></p>

4.4 Kvalitetssikring

Indsatsområde 4	Kvalitetssikring
Målsætning	<p>Kvalitetssikring i turismeerhvervet skal bygge på princippet om at tværfagligt samarbejde og nye tiltag uanset karakter, udvikles med fokus på kvalitet og miljøbevidsthed.</p> <p>Det er målet at flest mulige nye tiltag kvalitetsmærkes. Derudover skal "menneskene bag" kunne fungere som kompetente og imødekommende værter og værtinder.</p>
Hvorfor	<p>Kvalitet er et parameter hvad enten der er tale om en oplevelse, overnatning eller andet.</p> <p>Turisten skal opleve det personlige møde mellem mennesker - at gæsterne føler sig velkommen.</p>
Hvordan	<p>Det gode værtsskab:</p> <ul style="list-style-type: none"> • At uddanne hele den kommunale organisation omkring bæredygtighed, tilgængelighed (god adgang), værtsskab mm. • "Ambassadørkorps" • Turismens Venner <p>Turismeinfrastruktur:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Have fokus på god adgang, herunder både fysisk tilgængelighed og tilgængelig information (skilte, informationstavler, way finding mm.) • Løbende arbejde for en forbedring og opgradering af de offentlige faciliteter • Infoskiltning ved fortidsminder, gadenavne og historiske begivenheder • Udvikle digitale løsninger • Generelt skabe hyggelige miljøer som virker trygge og sikre at begå sig i.
Interessenter	Aktører inden for brancherne.
Hvad vil vi gøre?	<p>Støtte projekter og aktiviteter.</p> <p>Indtænke kvalitetsudvikling i kommune planer og strategier.</p>
Sådan måles	Tilfredshedsundersøgelser blandt både gæster og aktører.
<p><i>FAKTA - Kvalitetssikring i Kerteminde Kommune</i></p>  <p>FOTO (C) Emil Andresen www.fotobiksen.dk</p>	<p><i>Kerteminde Kommune vil sikre miljøbevidsthed og bæredygtighed og værdiskabelse til gavn for borgere og turister i Kommunen.</i></p> <p><i>Fokusering på forbedringer af offentlige faciliteter og bedre skiltning og informationer vil være i højsæde.</i></p>

4.5 Overnatninger

Indsatsområde 5	Overnatninger
Målsætning	Vækst i udviklingen af overnatningsfaciliteter gennem samarbejde med Kommunen, turismeerhvervet og investorer.
Hvorfor	Der er brug for at få mere kvalitet i overnatningstilbuddene og flere forskelligartede og tematiserede overnatningskoncepter.
Hvordan	<p>Proaktiv dialog med investorer for udvikling af nye overnatningssteder.</p> <p>Udvidelse af sæsonen - drøftelse med turismeerhvervet om spredning af aktiviteter over året, frem for at lægge det hele i højsæsonen.</p> <p>Udvikling af overnatningspakker i samarbejde med aktører - udvikle nye koncepter.</p> <p>Udviklingen af alternative overnatningsfaciliteter og projekter, gerne med fokuserede temaer som natur og Vikinger, m.f.</p> <p>Anvise overnatningspladser til autocamper i samarbejde med campingpladserne.</p> <p>Maritime overnatninger.</p>
Interessenter	Aktører inden for overnatningsbranchen.
Hvad vil vi gøre ?	Politisk ejerskab i form af budgetplanlægning og afsætning af midler til projektudvikling. Indtænke områder i planstrategi og kommuneplan.
Sådan måles	Kapaciteten øges, tilfredshedsundersøgelser.
<p><i>FAKTA - Overnatningsvirksomheder i Kerteminde Kommune</i></p>  <p><i>Foto VisitKerteminde</i></p>	<p><i>Kerteminde Kommune vil understøtte udviklingen af eksisterende samt øge kapaciteten af overnatningsfaciliteter i hele kommunen. Denne udviklingsstrategi skal sikre tiltrækningen af turister som søger "det gode liv" og derved udvikle helårsturisme, således at der skabes flere helårsarbejdspladser.</i></p> <p><i>Erhvervsturisme er i vækst og derfor vil Kommunen ligeledes understøtte det øgede behov for overnatningsfaciliteter til denne målgruppe. I gæsternes valg af overnatningsform er der spredning fra hoteller, feriecentre og camping til lejet feriehus, lystbådehavne og overnatning privat så som B&B. Denne spredning er en stor styrke for destinationen.</i></p> <p><i>Den kommercielle udlejningsprocent for sommerhusene er på 2, 3%. Camping og feriehusene er den største overnatningsform i Kerteminde Kommune.</i></p>

5. Branding og kommunikation:

Selve politikken kommunikeres via Kommunens hjemmeside. Udmøntningen af politikken sker i samarbejde med turismeaktører og Visitkerteminde.

Aktørerne i oplevelsesindustrien i Kerteminde Kommune opfordres til at anvende det fælles brand "Haven ved Havet" og den fælles brandplatform som udvikles, med henblik på at skabe synergi på tværs mellem alle aktører herunder Kommunen.

De enkelte turistvirksomheder markedsfører som udgangspunkt sig selv.

Borgerne skal deltage i formidlingen ved at vise stolthed og se tilhørsforholdet til Kerteminde Kommune som en del af deres identitet.

VisitKerteminde er hovedaktør i formidlingen af turismeaktiviteterne i Kerteminde Kommune og er med afsæt i potentialeplan, strategiplan, samt indsigt i tendenser og trends, en ressource for skabelsen og fastholdelsen af væksten i turismeerhvervet i samspil med nationale og internationale partnere.

6. Interessenter

Skabelsen af en stærk turismeindsats tager afsæt i et tæt samarbejde mellem lokale aktører, Visitkerteminde og Kommunen.

Ligeledes har det stor betydning at der etableres faste rammer for et regionalt og nationalt samarbejde om udvikling og branding af koncepter og aktiviteter. Med fokus på tiltrækning af internationale gæster skal Kerteminde Kommune fastholde og udvikle relationer til nationale og internationale aktører.

7. Evaluering, opfølgning og forankring

Med henblik på at fastholde fokus på turismeindsatsen vil der ske en løbende opfølgning og evaluering af udviklingen på turismeområdet, herunder at fokuspunkter løbende bliver taget til revision.

Formålet er primært at følge op på effekter og resultater af de politiske prioriterede indsatsområder og sikre mål og retning samt videreudvikling af strategi og handleplaner for turismeområdet.

Politikken evalueres løbende og mindst én gang i hver byrådsperiode.

Politikken er forankret i Turismeudvalget og i samarbejde med den kommunale administration og Visitkerteminde udmøntes den i et praktisk partnerskab med stedlige aktører og attraktioner.

8. Kilder og materialer

Der er udarbejdet store mængder af materiale som beskriver og kan understøtte udviklingen af turismeindsatsen. Nedenstående er eksempelvis opremsning af overskrifter på materiale:

- Materiale udarbejdet af Østfyns Museer
- Samarbejdsaftaler med VisitKerteminde
- Samarbejdsaftaler med Østfyns Museer
- Strategi for Turismeinvesteringer i Kerteminde frem mod 2025
- Turismeinvesteringer i Kerteminde Kommune 2014-2015
- Opsummering af Byrådets forslag den 28. november til prioritering af turismeinvesteringer mod 2025
- Kommunens vision og værdier jf. kommuneplan og planstrategi 2013-2025
- Potentialeplan for VisitKerteminde
- VisitKertemindes strategi
- Brandbogen Kerteminde - "Haven ved Havet"

- Faktuelle og relevante rapporter –
- herunder vækstplan for dansk turisme
- Hvidbog - oplevelsesbaseret Kystturisme
- "Haven ved Havet" projektmateriale
- Feriekonceptmanualer
- Div. andet materiale og rapport



FOTO (C) Emil Andresen www.fotobiksen.dk



Foto VisitKerteminde