

Turismeudvalgets forslag til ny Turismepolitik for HORSENS 2007-2013

Forord

Alle taler om turismens betydning, om oplevelsesøkonomi og et samfund hvor turismen får større og større betydning. Turismen skaber arbejdspladser afledt af de turister der besøger området, men image og oplevelser er også med til at tiltrække borgere og virksomheder til området.

Turismeudvalget ønsker derfor, at Horsens skal fortsætte den gode udvikling med pleje af image, et stort udbud af oplevelser og gennemgående kvalitet der giver folk lyst til at blive for én dag eller resten af livet.

Den seneste turistpolitik for den gamle Horsens Kommune blev udarbejdet i 2001. Siden har Horsens Erhvervsråd fået ansvaret for turismen og med den nye Kommunestruktur fra 2007 har Horsens fået et bredere udvalg af virksomheder, natur og kultur, som skal kædes sammen og udnyttes på bedste vis i turismesammenhæng.

Turismeudvalget ser frem til vækst gennem nye events, forbedrede produkter og etablering af et af Danmarks kommende "fyrtårn" World of Crime, der med internationalt fokus vil trække mange gæster til Horsens og sætte Horsens på landkortet.

Formål med Turismepolitikken

Ny Horsens Kommune består primært af 3 tidligere selvstændige turistdestinationer; Endelave, Horsens og Brædstrup. I den stigende konkurrence er der brug for stærkere destinationer og en anden tilgang til destinationsbetegnelsen der tager udgangspunkt i turistens ønsker og interesser fremfor by- eller Kommunegrænser”.

Første skridt er derfor én fælles kurs for Horsens som turistdestination, der styrker erhvervslivet i hele Kommunen. Dernæst et godt samarbejde med nabokommunerne, Midtjysk Turisme, Visitdenmark og andre markedsføringsnetværk, hvor Horsens i et samspil med andre kan opnå endnu bedre markedsføring og produktudvikling.

Forslaget til ny Turismepolitik lægger derfor vægt på en fælles vision og fælles strategier, et godt samarbejde med et bredere kendskab og fælles markedsføring samt projekter der selvstændigt eller på tværs af Kommunegrænser kan forbedre mulighederne for større omsætning i Horsens. Formålet er at sætte fokus på de mange kvaliteter Horsens har at byde på, udvikle og forbedre eksisterende produkter og igangsætte nye tiltag der signalere fælles kurs og bidrager til det gode image ”Horsens – oplevelser og dynamik”.

Politikken skal ikke stå alene, men spille sammen med andre politikker samt den overordnede markedsføring og visionen for Horsens Kommune.

Vision for turismen i Horsens

Udvikling af turismen i Horsens skal få turisterne til at komme oftere og blive længere.

Strategier og indsatsområder

For at forfølge visionen skal der arbejdes med følgende strategier:

- Skabe gode ambassadører for området - både lokale og turister.
- Udvikle minimum ét produkt for hver målgruppe, som folk ønsker at rejse efter.
- Tænke i produkter og efterspørgsel fremfor fysiske grænser.
- Skabe mersalg gennem samarbejde på tværs, henvisninger og pakkeløsninger.
- Fokus på de unikke oplevelser, image og kvalitet.
- Tage hensyn til borgernes og det øvrige lokale erhvervslivs interesser.
- Koordinere markedsføringen og betragte alt i og omkring Horsens som del af produktet.

Tilsammen skal dette gerne resultere i flere turister og en større omsætning.

Organisation og autorisation

Horsens Erhvervsråd skal, med ansvaret for turismen i Horsens, være med til at arbejde for den fælles vision gennem fokus på strategier og indsatsområder. En indsats der gerne skal være med til, at udvikle attraktive produkter der understøtter turismeerhvervet samt skaber gode rammer for oplevelser i og omkring Horsens og en fortsat positiv markedsføring af Horsens og omegn.

Turistbureau og Turistinformation

Ønsket er at give turisterne en god og kvalificeret service når de påtænker at besøge Horsens samt under og efter deres besøg. For at yde denne gæsteservice og skabe ambassadører samt mersalg, er det vigtigt med et serviceminded personale der hvor gæsten befinder sig. Turismeudvalget anbefaler, at Horsens fortsat skal have ét Turistbureau samt 2 mindre Turistinformationer på Endelave og i Brædstrup, men anbefaler samtidig, at der vurderes hvorvidt denne organisation er hensigtsmæssig på sigt eller om der alternativt kan etableres et strategisk samarbejde med andre turistorganisationer i området.

Turistbureauet skal have åbent i størst muligt omfang og være det centrale bureau. Brædstrup og Endelave skal fungere som lokale satellit servicekontorer og som minimum have åbent i højsæsonen og relevante ferieperioder afhængig af behov og udviklingen i turismen, herunder udviklingen afledt af den kommende havn på Endelave. Der skal som udgangspunkt afsættes penge i budgettet til drift af selvstændig Turistinformation på Endelave i minimum 25 timer om ugen i højsæsonen samt ferie og helligdage¹.

Der skal være en synlig sammenhæng mellem de 3 informationer og fælles opgaver skal koordineres og samles så vidt det er muligt. Horsens Erhvervsråd har det overordnede ansvar for de autoriserede Turistbureau og Turistinformationer i Kommunen, og dermed ansvaret for vedtagelse af fælles regler for serviceniveau, analyser, udsending af brochurer, markedsføring m.m. med udgangspunkt i den fælles vision og strategierne.

Turismeudvalget

Horsens Erhvervsråds bestyrelse har nedsat et bredt sammensat Turismeudvalg², der skal være sparringpartner for bestyrelse og sekretariat omkring turismeudvikling i Horsens Kommune. Udvalget skal deltage med visioner og idéer samt medvirke ved udarbejdelse af Erhvervsrådets årlige virksomhedsplaner indenfor turistområdet.

1. Se bilag 1, Handlingsplan og budget

2. Se bilag 3, Turismeudvalg

Turistforeningernes rolle og funktion

Formænd for Turistforeningernes er automatisk medlem af Turismeudvalget og betragtes som samarbejdspartnere blandt andet i forhold til den interne markedsføring overfor borgerne i Horsens. Turismeudvalget ønsker at Turistforeningerne er med til at arbejde for den fælles vision. Det er derfor blevet besluttet, at Horsens Erhvervsråd tager initiativ til en snak med Turistforeningerne om disses fremtidige rolle og samarbejde inden udgangen af 2007.

Målgrupper & forretningsområder

Horsens ønsker fortsat at tiltrække den store gruppe af børnefamilier og den voksende gruppe af ældre med tid og penge, som i fremtiden ikke føler sig gamle men vil søge oplevelser og prioritere tiden med venner/kolleger. Udviklingen viser, at folks ændrede holdninger, levemønster og behov ikke længere gør det så relevant at se på folks alder. Vi kombinerer derfor i stedet de traditionelle målgruppe inddelinger med de produktområder som Horsens er stærk på og tager udgangspunkt i de syv oplevelsestyper³, hvoraf vi vælger at satse på følgende grupper som de primære ”målgrupper” for Horsens:

Naturens gratis glæder er en naturbaseret ferie med relativt højt aktivitetsniveau, der udspiller sig i naturen (cykle, fiske, vandre osv.). Der er primært tale om børnefamilier i dette koncept, men hvis opholdet i naturen kombineres med det kulturelle er det også attraktivt for de voksne par. Horsens har et bredt og godt produkt til denne målgruppe hele vejen fra Endelave i øst til Brædstrup i vest (I Danmark årlig omsætning på 1,26 mia. kr.).

Sjov i sommerlandet har besøg på attraktioner som hovedindhold i ferien. Aktivitetsniveauet er relativt højt og der er primært tale om børnefamilier. Horsens har flere spændende aktiviteter og events samt mulighed for et stort fyrtårn i form af World of Crime der vil styrke Horsens i forhold til denne målgruppe. Herudover har Horsens en god placering midt i Jylland ikke langt fra flere større attraktioner, som gør området interessant som overnatningssted og udgangspunkt for ferien (I Danmark årlig omsætning på 4,11 mia. kr.).

Besøg i byen er en alsidig ferie med lidt af det hele – en interessant udstilling, event, god mad og shopping samt skønne naturoplevelser. Aktivitetsniveauet er højere end i By-hygge og fokus er ikke kun på byen. Der er primært tale om unge par (under 40 år uden børn) og voksne par. Horsens som helhed og Horsens by har med sin kunst, kulturhistorie, naturskønne omgivelser og interessante events et stort potentiale i denne sammenhæng (I Danmark årlig omsætning på 0,81 mia. kr.).

3. De syv oplevelsestyper deles op i grupperne: Naturens gratis glæder, Sjov i sommerlandet, Besøg i byen, I ro og mag ved vandet, Aktiv natur, Det gode liv og By-hygge. Læs mere på: <http://www.visitdenmark.com/danmark/da-dk/menu/danskturisme/tal/markedsanalyser/vi-anbefaler/syv-danmarksoplevelser.htm>

Markedsføring skaber vækst

Den fælles kurs for Horsens skal afspejles i markedsføringen og Horsens har et stort potentiale for at skabe vækst gennem større fokus på både den interne og eksterne kommunikation.

Intern markedsføring

Den bedste markedsføring og mersalg opnås gennem en unik service før, under og efter besøget samt gode ambassadører, hvilket kræver en større og mere organiseret intern markedsføring. "Modtagerapparatet" skal føle sig istand til at servicere turisten der hvor turisten befinder sig, og engagerede borgere med kendskab til egen Kommune kan være de bedste "sælgere" i mødet med turisten. Turismeudvalget anbefaler derfor, at der afsættes ressourcer og midler til at arbejde med følgende indsatsområder:

- Nyhedsmails, annoncer o.lign. med relevante informationer og fokus på hvad der sker i Horsens til bl.a. servicevirksomheder og borgere i Horsens og omegn.
- Virksomhedsbesøg, netværksmøder o.lign. for serviceerhvervet skal styrke det brede samarbejde samt øge vidensdeling og kendskabet til det "samlede" produkt.
- Bruge turistattraktioner, museer o.lign. til møder, konferencer og andre arrangementer for borgere og byens virksomheder, for at øge kendskabet.
- Åben hus arrangementer, guidede ture, aktiviteter o.lign. skal øge borgerenes kendskab og gøre dem til ambassadører for egen Kommune.

Ekstern markedsføring

Koncepter og markedsføringsmateriale skal udvikles med udgangspunkt i de valgte målgruppers ønsker og behov og gerne i samarbejde med relevante partnere såvel interne som eksterne. Samarbejdsparterne og projekter skal derfor vælges ud fra det faktum, at der er tale om samme målgruppe eller den overbevisning, at det vil være til gavn for det samlede produkt Horsens kan tilbyde. Der bør generelt fokuseres på **pakkeløsninger, events og en stærk hjemmeside** i forsøget på at skabe øget omsætning, flere turister og en fortsat positiv markedsføring af Horsens. Derudover skal det vurderes hvad der er behov for af selvstændigt trykt materiale samt hvad der med fordel kan udvikles i samarbejde med andre.

Turismeudvalget anbefaler, at der afsættes en pulje med projektmidler til udvikling og forbedring af både den interne og eksterne markedsføring⁴. Horsens Erhvervsråd bør være projektansvarlig for diverse markedsføringsaktiviteter, der koordineres i en dialog med PR-gruppen, som finansierer den generelle turismemarkedsføring. Foruden de interne indsatsområder skal midlerne gå til følgende eksterne indsatsområder:

4. Se bilag 1, Projektpulje til udvikling og forbedring af intern og ekstern markedsføring.

- Koordinering og samlet markedsføring af alle aktiviteter/oplevelser i Horsens.
- Udvikling af VISITHORSENS.dk, herunder visuelle oplevelser, interaktivitet og brugervenlighed i form af tilgængelighed, individuelle løsninger m.m.
- Bedre skiltning, tilgængelig information og vejledning.

Markedspenetrering

Derudover anbefaler Turismeudvalget, at der arbejdes med markedspenetrering i en række projekter, hvor man gennem koordinering, distribution, synliggørelse, produkttilpasning og bedre markedsføring kan opnå en betydelig vækst uden at opfinde helt nye produkter.

- **Formidling af natur- og kultur gennem etablering af højteknologisk database samt GIS og mobil informationsteknologi i samarbejde med Silkeborg og Skanderborg**

Baggrund/formål: Gennem mere end 10 år har Søhøjlandets Økomuseum opbygget et net af f.eks. stier, formidlingstavler, publikationer og hjemmesider, som sætter fokus på forskellige sider af natur- og kulturlandskabet i Søhøjlandet. Der arbejdes p.t. på udviklingsprojekter inden for temaerne oplevelser, tilgængelighed og formidling som f.eks. IT-portalen Natur- og kulturdata-basen (partnerskabsprojekt), som skal rumme formidling og information rettet til publikum via højteknologisk brug af GIS og mobil informationsteknologi.

Finansiering: i årene 2008-09-10 afsættes henholdsvis 50.000, 40.000 og 30.000 i tilskud til etablering af Natur- og kulturdata-basen.

Projektansvarlig: Søhøjlandets Økomuseum i et bredt samarbejde med attraktioner, turistbureauer, institutioner, foreninger, myndigheder og enkeltpersoner m.v.

- **Tiltrækning af historisk interesserede gennem markedsføring af arkitektoniske og historiske perler i Horsens**

Baggrund/formål: Et besøg i byen og på diverse museer kan med fordel gøres mere interessant, hvis området har andre autentiske historier at fortælle samt et bredt udvalg af kunst, arkitektur o.lign. Historierne skal graves frem og fortælles og de skal markedsføres som en del af produktet til "Besøg i byen" gruppen eller mere specifikt til de historisk interesserede. Markedsføringssamarbejdet Brick Gothic⁵ kan være med til at udvikle dette videre og tiltrække de historisk interesserede, herunder udlændingene. Der skal gerne være sammenhæng med arkitekturpolitikken, som afsætter midler til udviklingen.

5. Brick Gothic startede op som et EU projekt og fortsætter fra 2008 som et markedsføringsnetværk overfor målgruppen der er interesseret i Gotiske bygninger, historie o.lign.

Finansiering: indenfor nuværende budgetter.

Projektansvarlig: Horsens Erhvervsråd i samarbejde Horsens Museum, Byarkivet, relevante kirker m.m.

- **Styrke Horsens som et attraktivt besøgsmaal, ved at samle og synliggøre det brede udvalg af kunstgallerier, åbne værksteder, museer o.lign.**

Baggrund/formål: Gæsten vil have den unikke oplevelse, tæt på kunstneren og et bredere produkt end blot de anerkendte museer kan gøre Horsens attraktiv også i forhold til kunstruten Østjylland. Der er brug for en koordinering, synliggørelse og dialog i forhold til oplevelsesøkonomi og turisme, for at Horsens kan konkurrere og bruge gallerier og åbne værksteder i markedsføringen.

Finansiering: indenfor nuværende budgetter.

Projektansvarlig: Horsens Erhvervsråd i samarbejde med museer, private gallerier og udøvende kunstnere.

- **Udvikle flere børnevenlige restauranter gennem interaktive tiltag og markedsføring af spisesteder der gør noget ekstra for børnefamilierne**

Baggrund/formål: Hvis børnefamilierne skal vælge Horsens som destination, er der brug for flere attraktive spisesteder for børnefamilierne. Gennem fokus på dem som gør en forskel og sjove markedsføringsaktiviteter, bør man dermed kunne få restauranterne til at investere i legefaciliteter og aktiviteter for børn. Markedsføringsaktiviteterne kunne fx være interaktive konkurrencer på VISITHORSENS.dk i samarbejde med børnevenlige restauranter og samarbejde mellem attraktioner og spisesteder el.lign.

Finansiering: 50.000 til produktudvikling og etablering af interaktive børnesider på VISITHORSENS.dk i 2008.

Projektansvarlig: Horsens Erhvervsråd

- **Større omsætning og udvidelse af sæsonen gennem koordinering og salg af oplevelser kombineret med overnatning og andre produkter, de såkaldte pakkelsninger**

Baggrund/formål: Et stort ønske om at få folk til at blive længere, købe mere og tilføje flere oplevelser til deres ferie samt placere ferien i Horsens gør dette projekt særdeles vigtigt. Man skal gøre det nemmere for gæsten at bruge penge og få en bedre ferie, og samtidig synliggøre områdets tilbud og seværdigheder i markedsføringen. Der skal arbejdes på tværs og samles produkter, som ikke ser på det enkelte produkt men på efterspørgslen og gæstens behov og ønsker på tværs af overnatningssektoren, underholdning, shopping og spisesteder m.m. Gæsten skal have mere end forventet og mere end vedkommende ellers ville bruge penge på. Her skal tænkes bredt fra citygavekort til roomservice og store oplevelser. Pakkeløsninger kan ligesom events bruges i markedsføringen og gennem tematiserede pakker får turisten en oplevelse af, at der altid sker noget nyt. Dette er med til at skabe opfattelsen af oplevelser og dynamik samt øge forbrug og forlænge sæsonen, da det giver anledning til at besøge Horsens igen og igen.

Finansiering: ½ årsværk svarende til ca. kr. 250.000 fra 2008

Projektansvarlig: Horsens Erhvervsråd

- **Skabe et stærkere produkt ved at samle, koordinere, sælge og markedsføre guidede ture o.lign. som et samlet koncept med flere muligheder evt. i samarbejde med nabokommunerne**

Baggrund/formål: Den stigende efterspørgsel og interesse for guidede bør udnyttes. Der er brug for at samle, koordinere og markedsføre de mange tilbud samt udvikle yderligere i takt med den forhåbentlig større efterspørgsel som skabes. At øge turisternes mulighed for at deltage i guidede ture med fokus på historie, natur og kultur, herunder opbygge tilbud til grupper mod brugerbetaling og pakkelsninger hvor både familier og enkeltpersoner kan deltage. Der er behov for koordinering, produktudvikling og markedsføring samt planlægning af målrettede arrangementer, uddannelse m.m. Et område hvor samarbejdet mellem turisme, kultur og natur om etablering af diverse informationer, udvikling af ture og markedsføring kan betyde større omsætning. Projektet kan med fordel tænke i sammenhæng med Silkeborg og Skanderborg og den kommende Natur- og Kulturdatabase.

Finansiering: 50.000 til etablering i 2008 (konceptudvikling, registrering af historiefortællere, kompetenceudvikling m.m.) Løbende koordinering og markedsføring skal finansieres af indtægterne. Der skal yderligere på sigt opnås indtægt til turistbureauerne.

Projektansvarlig: Søhøjlandets Økomuseum i samarbejde med Horsens Erhvervsråd, museerne, historiefortællere/guidere, naturvejledere m.m. samt gerne Turistbureauer i nabokommunerne.

- **Synliggøre mødefaciliteter samt tilbud til indslag/-underholdning i forbindelse med møder & konferencer**

Baggrund/formål: For at støtte op omkring Horsens image og de mange gode tiltag fra private der tilbyder oplevelser i forbindelse med møder, konferencer o.lign., skal der arbejdes på større synlighed og sammenhæng.

Finansiering: indenfor nuværende budgetter.

Projektansvarlig: Horsens Erhvervsråd

Produkt- & markedsudvikling skaber vækst

Turismeudvalget anbefaler en række projekter, hvor der gennem produkt- og markedsudvikling kan skabes vækst og større turismeomsætning. Projekterne er udvalgt med udgangspunkt i de 3 primære målgrupper og delt op i mindre og større satsninger afhængig af investeringens størrelse. Under de større satsninger ligger også et forslag om et helt nyt fokusområde, hvor man gennem en målrettet indsats og en 4. målgruppe kan skabe vækst og øge turismeomsætning. Et område der fremover satses på både regionalt og nationalt.

Projekter som gennem udvikling og mindre investeringer kan skabe vækst:

- **Skabe mere turisme ved at udnytte Bryrupbanestien bedre og produktudvikle de omkringliggende stisystemer og det samlede koncept**

Baggrund/formål: Bryrupbanestien er nyistandsat til længere ture til fods, på cykel og til hest. Der er udarbejdet infofolder og -tavler samt etableret primitive overnatningsmuligheder langs stien. Informationsmateriale skal vedligeholdes og suppleres med beskrivelse af øvrige muligheder i banestrækningens opland – herunder sammenhænge til Gudenåen. Der skal udarbejdes forslag til stitilslutninger mhp. opbygning af fintmasket stinet.

Finansiering: Der afsættes 50.000 i 2009 som medfinansiering fra Horsens Kommune under forudsætning af at resten finansieres fra anden side.

Projektansvarlig: Søhøjlandets Økomuseum i et bredt samarbejde med Skov- og Naturstyrelsen, turistbureauerne, institutioner, foreninger, myndigheder og enkeltpersoner.

- **Udvikle vandre- og cykelferiekoncept som samler de gode faciliteter og gør området attraktivt for denne type turister, eventuelt i samarbejde med nabokommunerne**

Baggrund/formål: Cykling og vandring vurderes at have et væsentligt udviklingsperspektiv for turismen og cykelferie tager ikke udgangspunkt i én Kommune. Der findes allerede et udbud af ture/ruter men der bør arbejdes videre på udvikling og beskrivelse af flere vandre- og cykelture med kobling til andre produkter, som pakkeløsninger med booking, transport af bagage og med sammenhæng til ruter uden for Kommunen. Der skal arbejdes på elektroniske systemer til planlægning af ruter og cy-

kel-og vandreferie. Horsens Erhvervsråd skal indrages i udarbejdelse af nye ruter og foldere m.m. med henblik på at skabe større sammenhæng og bedre markedsføring af Kommunens produkter, herunder cykel- og vandreruter, naturreservater, øerne m.m.

Finansiering: 100.000 svarende til ¼ årsværk i 2009 + 50.000 til udvikling af koncept og elektroniske løsninger. Dertil kommer evt. regionale udviklingsmidler og tilskud fra samarbejdspartnere.

Projektansvarlig: Horsens Erhvervsråd i samarbejde med naturafdelingen/Horsens Kommune, nabokommunernes turistchefer, Turistforeningerne og Søhøjlandets Økomuseum.

- **Tiltrække sejlere til området gennem konceptudvikling der udnytter fjorden og øerne bedre, gerne i samarbejde med nabokommunerne**

Baggrund/ Formål: Sejlerne er meget fleksible og selvstændige, hvorfor området skal tiltrække dem. Med udvidelse af havnen på Endelave bør der sættes på flere overnattende sejlere som er interesseret i naturens gratis glæder. Horsens havn bør også kunne trække flere der ønsker at kombinere ferien med et besøg i byen. Da Horsens Fjord består af flere små havne og øer kunne et koncept og markedsføring meget vel laves i samarbejde med nabokommunerne. En synliggørelse og tiltrækning af flere mesterskaber/ konkurrencer til området kunne også være med til at sætte fokus på områdets kvaliteter i forhold til sejlerne.

Finansiering: 150.000 til konceptudvikling i 2008 samt 100.000 til events fra 2009

Projektansvarlig: Horsens Erhvervsråd i samarbejde med Sejlklubben, Horsens Haven og Endelave Havn samt evt. nabokommunerne.

- **CityHorsens skal med initiativer og events bakke op omkring turismemarkedsføringen af Horsens by som en hyggelig købstad med overraskende shopping muligheder**

Baggrund/ Formål: Konkurrencen mellem byerne om forbrugernes penge er hård, og vi ønsker at profilere Horsens som et attraktivt handelsområde for dem der ønsker at besøge en større dansk by kombineret med events, kultur og natur oplevelser. Formålet er at sikre den størst mulige omsætning i butikker, spisesteder, museer m.m. og profilere Horsens som et område med mange muligheder for at kombinere shopping og oplevelser.

Finansiering: indenfor bestående budgetter.

Projektansvarlig: CityHorsens i samarbejde med Horsens Erhvervsråd.

- **Brædstrup Handel og Erhverv skal med initiativer og events bakker op omkring turismemarkedsføringen af Brædstrup by som byen lige midt i det bakkede landskab**

Baggrund/ Formål: Brædstrup er en hyggelig mindre by midt i det bakkede landskab og skal ikke konkurrere med større byer men udnytte styrken som en mindre by tæt på de mange oplevelser i naturen. Markedsføring i forbindelse med naturens gratis glæder skal derfor være med til at tiltrække turister og kunder til byens butikker og turistvirksomheder når de færdes i naturen omkring Brædstrup.

Finansiering: indenfor bestående budgetter.

Projektansvarlig: Brædstrup Handel og Erhverv i samarbejde med Horsens Erhvervsråd.

- **Integrere koncept som "picnic i det grønne", der understøtter specialbutikker & delikatesser**

Baggrund/formål: Skabe et charmerende tilbud til målgruppen der søger naturens gratis glæder, som får dem til at købe ydelser samtidig med at de føler de får glæde af naturens gratis glæder. Produkter som dette er samtidig med til at understøtte etableringen af specialbutikker. Udviklingen skal koordineres med lignende ideer i og uden for Kommunen, herunder tiltag som de 4 postkort el.lign.

Finansiering: indenfor nuværende budgetter.

Projektansvarlig: Horsens Erhvervsråd

- **Undersøge mulighederne for udvidelse af Bed & Breakfast kapaciteten og konceptet som et godt alternativ til anden overnatning**

Baggrund/formål: Der er højere krav til faciliteterne men prisen må ikke stige væsentligt. B&B i byen mangler og der er behov for bredt udbud med fælles koordinering, sikring af kvaliteten og nem adgang for gæsten, som giver Turistbureauerne en indtjeningskilde, men spørgsmålet er hvordan det

bedst drives og markedsføres fremadrettet, samt i hvilket omfang det skal udvides og konceptudvikles.

Finansiering: indenfor nuværende budgetter

Projektansvarlig: Horsens Erhvervsråd (Turistbureau & Turistinformati-
onerne)

- **Arbejde for et bredt udvalg af overnatningsmuligheder samt etablering af Sleep-in eller lignende overnatningsform**

Baggrund/formål: Efterspørgslen på overnatning i den lavere ende af prisskalaen er større end kapaciteten. Hvis vi kan tilbyde overnatning som fx Sleep-in/Cab-in/ekstra vandrerhjem, vil vi også kunne trække flere overnatninger til byen (fx håndværkere). Overnatningsformen skal være et alternativ til vandrerhjemmet.

Finansiering: 0; Privat investor

Projektansvarlig: Horsens Erhvervsråd

- **Arbejde for udvidet hotelkapacitet til større konferencer**

Baggrund/formål: Horsens mister de helt store konferencer, hvor gæsterne fortrækker at bo ét sted. Der skal derfor bakkes op omkring etablering eller udvidelse af hotelkapaciteten, så Horsens kan tiltrække de store konferencer til området.

Finansiering: Indenfor nuværende budgetter. Privat investor.

Projektansvarlig: Horsens Kommune i samarbejde med Horsens Erhvervsråd

- **Tiltrækning af andre former for overnatning som fx Motorcykelhotel, Amerikansk Ridelejr og lignende unikke produkter**

Baggrund/formål: Folk vil have unikke oplevelser og Horsens skal være med til at udvikle og tiltrække koncepter som kan bidrage med nye og anderledes produkter der støtter op om Horsens' image – oplevelser og dynamik.

Finansiering: Indenfor nuværende budgetter. Privat investor.

Projektansvarlig: Horsens Erhvervsråd

- **Tiltrækning af investor til etablering af permanent Middelalder Tema Restaurant eller Middelalder Oplevelsescenter**

Baggrund/formål: Horsens har et fantastisk koncept i form af EMF eventen i august. En permanent restaurant eller et oplevelsescenter vil gøre det muligt at markedsføre Horsens på Middelalderen hele året rundt og øge mulighederne for tematiserede firmaarrangementer o.lign. i unikke omgivelser. Det ene udelukker ikke det andet. Der kan med fordel være tale om begge dele ét og samme sted. Man bør undersøge mulighederne og markedet og det optimale vil være en privat investor. Et sådan center eller restaurant skal dog udvikles i samarbejde med Horsens Museum og Kulturafdelingen, for at sikre en god synergi og autenticitet, så det ikke er i strid med det gode image der er opbygget omkring Europæisk Middelalder Festival.

Finansiering: 30.000 i 2009

Projektansvarlig: Horsens Erhvervsråd.

- **Bruge oplevelser fra eventkoncepter som fx Middelalderen i forbindelse med MICE i Horsens**

Baggrund/formål: Det bør undersøges, om man ikke i højere grad og mere organiseret kan anvende koncepterne fra de mange events som Horsens afholder og markedsfører, i forbindelse med møder, konferencer, virksomhedsbesøg o.lign. gennem hele året. Udover undersøgelserne skal der udarbejdes et koncept i samarbejde med private udbydere, som kan se det som en fordel af læne sig op af markedsføringen og de kendte koncepter.

Finansiering: Privat investor.

Projektansvarlig: Horsens Erhvervsråd.

- **Arbejde for bedre adgang og faciliteter (toppe, stier, skove, søer etc.), så de kan bruges i markedsføringen af de gratis glæder i Horsens**

Baggrund/formål: De gratis glæder understøtter omsætningen i det private erhvervsliv, hvorfor der gennem samarbejde og investeringer skal arbejdes for bedre forhold. De lodsejere, som lægger arealer til, skal inddrages mere i planlægningen af oplevelser, tilgængelighed og formidling – herunder opstilling af servicefunktioner som f.eks. toiletbygninger, etab-

lering af p-pladser, afmærkede ruter til kanalisering af publikums færdsel etc

Finansiering: Kommunale, regionale samt statslige midler til drift af eksisterende tiltag samt udvikling. Der er afsat midler i naturafdelingen til formålet.

Projektansvarlig: Søhøjlandets Økomuseum i samarbejde med teknik og miljø udvalget/Horsens Kommune, Skov- og Naturstyrelsen og diverse enkeltpersoner og lodsejere.

- **Forbedre Husodde Strand som bynær badestrand**

Baggrund/formål: Der mangler bedre toiletfaciliteter og en god og fremsynet legeplads og aktiviteter som surfing, kano m.m. Bedre faciliteter, opsyn og aktiviteter både om dagen og aftenen kunne måske også være medvirkende til en bedre stemning til gavn for både borgere og turister. Endvidere er der planer om kystsikring og forbedring af strandkvaliteten.

Finansiering: Legepladsen bliver forbedret i 2008 og derudover er der planer om øget kystsikring og forbedring af strandkvaliteten i de kommende år.

Projektansvarlig: Forbedringen af stranden og faciliteterne er Horsens Kommune ansvarlig for. De øgede aktiviteter er Horsens erhvervsråd i samarbejde med Horsens Kommune, Husodde Camping og sportsklubber m.m. ansvarlig for at være med til at skabe.

Projekter som gennem udvikling og større investeringer kan skabe vækst:

- **Europæisk Middelalder Festival skal være endnu bedre og sætte Horsens på Danmarkskortet**

Baggrund/formål: Europæisk Middelalder Festival trækker hvert år mange mennesker til byen, og den er samtidig med til at tegne billedet af Horsens, som en aktiv og overraskende kulturby med en interessant historie. Igennem de senere år har festivalen fokuseret på at højne kvaliteten blandt såvel bodholdere som deltagende kunstnere. Dette har givet festivalen et godt ry både blandt fagfolk og middelalderentusiaster. For at udvikle sig yderligere skal Middelalder festivalen udvides (området, kulisser, scenografi, boder m.m.), flere betalte kunstnere og værksteder skal deltage i festivalen, festivalen skal hvert år have et hovednavn og Østersøprojektet *Our Sea* med samarbejde med Middelalderfestivaler i Finland og Estland skal etableres.

Finansiering: årligt 1/3 årsværk svarende til ca. kr. 175.000 samt årligt kr. 800.000 til udvidelse af festivalområdet og festivalaktiviteter (Our Sea: 1,5 million fra EU).

Projektansvarlig: Kultur- & Fritidsafdelingen i samarbejde med Our Sea styregruppen.

- **Horsens Juleby skal være trækplaster i julemåneden og øge omsætningen gennem udvidelse, pakkeløsninger og større samarbejde mellem alle aktører**

Baggrund/formål: Horsens Juleby er en hyggelig og atmosfærefyldt december tradition i Horsens midtby, men mange andre byer i regionen har lignende julebyer, hvorfor Horsens Juleby har svært ved at blive andet end en lokal begivenhed. Forbilledet er de store tyske julemarkeder, der lokker såvel turister som handlende til juleshopping. Shoppingmulighederne skal kombineres med mere julehygge, underholdning, scenografi & sne, aktiviteter og større samarbejde med museer, overnatning, restauranter m.m. og dermed trække mange flere besøgende og handlende til Horsens.

Finansiering: 500.000 til udbygning og vedligeholdelse samt årligt 1,1 million til ekstra aktiviteter, koordinering og produktudvikling.

Projektansvarlig: Kultur- og Fritidsafdelingen i samarbejde Horsens Erhvervsråd, Cityhorsens, museer, restauranter, hoteller og andre erhverv som juletræsavlere, skøjtebaner m.m.

- **"Horsens - World of Crime" skal opnå internationalt fokus som et helt unikt fyrtårn på niveau med de større danske attraktioner**

Baggrund/formål: Horsens Byråd har igangsat en proces, hvor der arbejdes på at få solgt det gamle statsfængsel til private investorer. Målet er at skabe et internationalt fyrtårn, der giver Horsens en attraktion i særklasse som folk ønsker at rejse efter. Centeret vil kunne trække rigtig mange turister til Horsens og blive et vartegn for Horsens uden sammenligning.

Finansiering: der er afsat midler indenfor bestående budgetter til at finde privat investor, og der ansøges om regionale midler til undersøgelser og etablering af oplevelses fyrtårne.

Projektansvarlige: Horsens Kommune

- **En ny vinterfestival "Horsens Karneval" skal udvide og forny rækken af kulturelle tilbud og events**

Baggrund/formål: Byer i hele Europa fejrer den katolske kirkes karneval med mange dages farverig fest. I Horsens lægger vi op til et årligt karneval i februar, hvor et alsidigt kulturudbud blandes med fest og fejring af karnevalet. Karnevalet skal foregå på byens kulturinstitutioner, i alle butikker, på arbejdspladser - overalt og være åben overfor alle kunstneriske udtryksformer fra små og store koncerter, til teater, maskebal og ægte karneval.

Finansiering: Undersøgelser og konceptudvikling i 2008 på 175.000, samt årligt fra 2009 1 årsværk svarende til ca. kr. 500.000 + 1,5 million til afvikling fra 2010.

Projektansvarlig: Kultur- og Fritidsafdelingen Horsens Kommune

- **Genetablering af Green Lagoon Open skal tiltrække golfspillere til området og markedsføre Horsens overfor den modne gruppe der ønsker at kombinere et besøg i byen med golf**

Baggrund/formål: Igennem flere år var turneringen Green Lagoon Open et spændende og attraktivt produkt på golfmarkedet. Green Lagoon Open gav deltagerne mulighed for at spille på tre golfbaner rundt om Den Grønne Lagune. Det bør undersøges om en lignende turneringen kan genoptages eller andre events som kan tiltrække målgruppen "Besøg i byen".

Finansiering: 100.000 til etablering i 2009 + ¼ årsværk i hver af årene 2009 og 2010 svarende til kr. 125.000, herefter er arrangementet selvberende.

Projektansvarlig: Horsens Erhvervsråd i samarbejde med Kommunens golfklubber, hoteller og nabokommunerne (Den Grønne Lagune samarbejdet).

- **Undersøge efterspørgslen på markedet og mulighederne for etablering af "home hospitality" (privat indkvartering) koncept**

Baggrund/ formål: Et anderledes produkt der kun kan købes "her" og dermed hvis produktet er rigtigt, også være med til at skabe omsætning i fremtiden. Der er dog brug for en undersøgelse af kundegrundlag og om der er interesserede værter i området. Dette koncept kan være en interessant form for overnatning med en ekstra dimension, der måske ville trække folk fra østen til Danmark for at opleve kulturen, dansk hygge og komme helt tæt på befolkningen. Mulighederne bør undersøges og hvis der er potentiale for det, bør et koncept strikkes sammen og udbydes.

Finansiering: 200.000 til undersøgelser og konceptudvikling i 2009.

Projektansvarlig: Horsens Erhvervsråd.

- **Målrettet indsats i et regionalt og nationalt samarbejde kan skabe øget turismeomsætning i "non-turisme erhverv" som fx solcelleanlæg i Brødstrup, økologi, biodiesel, vindmøller, fødevareindustri m.m.**

Baggrund/formål: Der er fokus på oplevelsesøkonomi og det tænke turisme ind i andre erhverv. Mulighederne er mange og i et samarbejde med bl.a. Midtjysk Turisme og Visitdenmark skal Horsens undersøge mulighederne for at øge turismeomsætningen gennem helt nye og anderledes turistprodukter, et område med potentiale og fokus som harmonerer godt med Horsens image om oplevelser og dynamik. Dansk energiteknologi har stor bevågenhed i udlandet, og Danmark betragtes som førende i udviklingen af miljøvenlig energiproduktion. Også i et historisk perspektiv kan Horsens området byde på spændende energiproduktioner som f.eks. Vestbirk Vandkraftværk.

Finansiering: ½ årsværk svarende til 250.000 fra 2008 samt 100.000 i 2008 til produktudvikling.

Projektansvarlig: Horsens Erhvervsråd i samarbejde med det øvrige erhvervsliv herunder fx Brædstrup Fjernvame, Vestbirk Vandkraftværk m.m.

Derudover vil det have væsentlig betydning for turismen, hvis der arbejdes med:

- Etablering og bevaring af blå flag på badestrande og badesøerne i Kommunen, herunder Nedenskov, Blid sø og Ring sø. Det blå flag er et kvalitetsstempel der signalerer gode badeforhold. Det er i Horsens Kommunes interesse at etablere faciliteter og sørge for de nødvendige forhold der gør det muligt at etablere og bevare de blå flag på badestrande og ved badesøerne. Den tidligere Brædstrup Kommune stillede toiletvogne ud ved badesøerne. Der kræves dog mere permanente forhold som bl.a. rindende vand for at opnå de blå flag. De gode forhold er til gavn for både borgere og turister.
- Ansættelse af flere naturvejledere, da fokus på naturen og dens kvaliteter er med til at udvikle potentielle turistprodukter.
- Større fokus på kunst, kultur og kreative miljøer (kunst i naturen, skulpturpark, kunst i gadebilledet, kunstnermiljøer etc.) samt hvis der skabes attraktive byrum med vand i en udvidet inderhavn. Kreative miljøer tiltrækker borgere og dermed også turister. Det vil derfor være en fordel for turismen hvis der udlægges gamle bygninger og tænkes kreative miljøer, sport og underholdning ind i fx helhedsplanen for havnen og lokalplanvedtaget vandkunst i forbindelse med offentlige og større private byggerier.
- Etablering af en helårs skøjtebane, skibakke el.lign. tilbud til borgere og turister som kan være med til at øge antallet af aktivitetsmuligheder for familien i ferien.
- Etablering af ”torvehal/gade” med specialbutikker & delikatesser (mad til mode, kreative iværksættere m.m.), gårdmiljøer samt udvikling af de små gader med etablering af flere caféer og anderledes butikker. Det vil forbedre mulighederne for overraskende shopping oplevelser og gøre Horsens mere interessant samt skabe mere liv i gaderne uden for butikkernes åbningstider.