

VisitVejles Strategi

Turismen i Vejle Kommune 2021-2024



Baggrund

I 2021 har VisitVejle udarbejdet en styrket strategi for turismen i Vejle Kommune. COVID-19 har ramt turismen særdeles hårdt, derfor har der været behov for at gentænke og skærpe strategien og indsatserne for at lave et solidt fundament for udviklingen af fremtidens turisme. Med udgangspunkt i Vejle Kommunes Erhvervs politik 2020-2025 samt to konferencer om hhv. Fremtidens Oplevelser (maj 2019) og Fremtidens Grønne Destination (oktober 2020), afholdt sammen med turismeerhvervet, har vi skabt en strategi, som har base i det lokale erhvervslivs ønsker og behov samt i turismemarkedets nationale og internationale udvikling.

Bæredygtighed og FN's Verdensmål er overlæggeren

Turismen er en del af Vejle Kommunes Klimaplan, og med den nye strategi tager VisitVejle et stort skridt ind i en mere fokuseret og prioriteret bæredygtighedsindsats. I 2021 modtog vi det internationalt anerkendte certifikat Green Tourism Organization (GTO), som bevidner vores ambitioner og belønner vores strategiske og konkrete arbejde med bæredygtighed. Vi erkender, at arbejdet med bæredygtighed aldrig stopper, men er en evig proces. Men vi agter at være trendsættende og frontløbere på dette område. Dermed er bæredygtighed en barre, som lægges ovenpå alle vores nuværende og fremtidige indsatser. Derfor er der udarbejdet en selvstændig Strategi for Bæredygtig Turisme i Vejle Kommune, som ligger som en uddybende strategi til den overordnede VisitVejles Strategi for Turisme i Vejle Kommune.

VisitVejle arbejder desuden målrettet med tre udpegede FN Verdensmål:



Disse tre verdensmål illustrerer vores kernefokus i bæredygtighedsarbejdet og på, hvilke områder vi arbejder i dybden.

Værdisætninger

I vores værdisætninger ligger vores vision, mission og passion:



Vi tror på en ærlig og bæredygtig tilgang til alt, hvad vi foretager os. Vi tror på at skabe gode relationer til erhvervet og turisterne, der er drevet af respekt og åbenhed.



Vi vil gå foran i en foranderlig verden og inspirere og vejlede erhvervet samt turister til at tage ansvar i at skabe en grønnere destination og verden.



Det resulterer i et godt værtskab med afsæt i det nære og lokale, der skaber stedsbundne produkter og tilgodeser vores grønne fokus til fordel for både turister og erhverv.



Foto: Louise Johansen



Foto: Louise Johansen



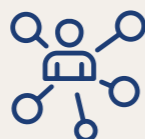
4 fokusområder for turismen



#01 Turismeservice

- Ægthed • Nærvær • Inspiration
- Godt værtskab

Vi sætter en særlig dyd i god turismeservice, både den personlige og menneskelige, men også den digitale. På turistbureauet modtages gæsten, det kan være turister eller borgere, altid med et smil og en specialiseret rådgivning og guidning, som sikrer gæsten den allerbedste oplevelse. Det gode værtskab er omdrejningspunkt, når turistbureauet skal gentænkes og redesignes i løbet af 2022 med fokus på nem adgang til inspiration og information – også uden for åbningstiden.



#02 Erhvervsservice

- Tilstedeværelse • Vejledning og hjælp
- At gøre en forskel • Gode relationer

Vi sætter en ære i vores samarbejde med det lokale erhvervsliv. I vores optik skal det være nemt for virksomhederne at komme i kontakt med os og få den rette hjælp og vejledning. Derfor lægger vi vægt på vores VisitVejle-netværk, som totalt rummer 133 medlemmer. Vi afholder årlige arrangementer, hvor vi mødes i et dynamisk og engageret miljø for at løfte turismen i fællesskab. I 2022 gentænkes indholdet, og fokus vil være på den grønne omstilling og opkvalificeringsforløb, som skal styrke virksomhedernes konkurrencedygtighed.



#03 Projekt- og produktudvikling

- Frontløbere • Bæredygtige • Ambitiøse
- Udfordre status quo

I turismen går det stærkt – rigtig stærkt! Verden er konstant foranderlig med nye trends og tendenser, adfærdsmønstre, behov og ønsker hos gæsten. Vi er bevidste om, at turismen skal være i konstant udvikling ellers ender den i afvikling. Der skabes projekter, som løfter udvalgte indsats og udvikler produkter, som imødekommer fremtidens gæst. Vi arbejder med udvalgte særindsatser såsom cykelturisme etc., som gør, at vi med en specialiseret professionalisme kan udvikle og videreudvikle turismen i Vejle Kommune til morgendagens efterspørgsel.



#04 Kommunikation og markedsføring

- Ærlighed • Det lokale • Det stedsbundne
- Den gode fortælling

Vi lægger stor vægt på god kommunikation og markedsføring. Via de sociale medier, i blogindlæg og på vores hjemmeside synliggør vi områdets attraktioner og seværdigheder. Vi har fokus på det nationale marked og på den gode lokale fortælling, hvor gæsten inspireres til at besøge Vejle og omegns mange forskellige oplevelser. Med udgangspunkt i vores fokuserede turismeindsatser laves målrettede nedslag og kampagner på det internationale nærmærket via samarbejder med udvalgte operatører. I 2022 øges fokus på skabelsen af nyt visuelt og fotografisk indhold, som sammentænkes med Vejle Kommunes nye visuelle identitet.

6 særindsatser



#1 Bæredygtighed

Bæredygtighed er kommet for at blive i turismen. Hvert år ses en stigning i efterspørgslen på grønne oplevelser og overnatninger. I projekt **Grøn Destination Vejle** arbejder vi aktivt med den grønne omstilling hos lokale virksomheder via erhvervspartnerkaber. Projektet indeholder seks elementer såsom et grønt videns- og opkvalificeringsforløb, hjælp til at få udarbejdet CO₂ målinger samt til at opnå diverse certificeringer. Vi arbejder internt med bæredygtighed og FN's Verdensmål via vores GTO, som vi årligt evalueres på.



Foto: Louise Johansen



#2 Cykelturisme

Vejle og omegn er skabt til cykelturisme. En rejseform som på den ene side er yderst bæredygtig og på den anden side et forretningsområde, hvor egnen, som følge af særlige naturmæssige forudsætninger, har unikke muligheder. Der arbejdes med flere forskellige former for cykelturisme: Landevejscykling, mountainbike, turcyklisme og events, og vi kigger ind i fremtidens cykelturismetrends såsom gravel. Som en del af dette arbejde er brandet **Kingdom of Cycling** blevet skabt. Vores ambition er at udnytte dette nye brand samt Tour de France i 2022 til at skabe genlyd for Vejle og omegn som en ekstraordinær cykelferiedestination. Både nationalt og internationalt.



#3 Gastroturisme

Gastroturisme er et af de størst stigende segmenter i verden. Efterspørgslen på gode lokale råvarer og sublim samt autentiske madoplevelser er stigende. De såkaldte foodies har et højt døgnforbrug, og er en målgruppe, som er værd at tiltrække nationalt og internationalt. 'Køb Lokalt, det er Genialt Globalt' er vores motto indenfor gastroturisme. Med Vejles **Gastro Guide** (www.gastro-guiden.dk) vejleder vi borgere og turister til de allerbedste kulinariske oplevelser. Guiden er udviklet på baggrund af en række parametre såsom fokus på lokale og sæsonbaserede råvarer, bæredygtighed og særlig autentisk identitet. Guiden udvikles jævnligt med nye virksomheder og nye tiltag.





#4 Møde- og konferenceturisme

Møde- og konferenceturisme er i en rivende national og international udvikling med mærkbare ændringer efter COVID-19. Der er en stigende forespørgsel på bæredygtighed og grønne løsninger, imens virksomheder vurderer, at de vil bruge mindre tid og økonomi på erhvervsrejser. Trenden peger på et øget fokus på det lokale og eksklusive. Derfor har dette indsatsområde brug for særlig opmærksomhed, da det er en af Vejles helt store styrkepositioner. Vejle kan bryste sig med at have et af landets eneste velfungerende mødeturisme-partnerskaber, **MeetingVejle**. Partnerskabet består af 11 hoteller, konferencevenues og kommunen, som sammen brander og markedsfører Vejle og omegn som et af landets bedste og største områder. Ambitionen er at fortsætte det gode partnerskab med fokus på gentækning og styrkelse af brandet MeetingVejle, på bæredygtighed og samarbejdet omkring den fælles markedsføring og tiltrækningen af nationale mødegæster.



#5 Børne- og familieturisme

Børne- og familieturismen er Vejles største turismeområde. Vi er sammen med Billund et af landets sværvægttere inden for området. VisitVejle er en aktiv del af **LEGOLAND Billund Resort**-samarbejdet, som sammen med Destination Trekantområdet brander området over for børnefamilier. Vi mener, at vi bedst løfter i flok og at samarbejdet giver mening, når de fælles midler puljes og sættes i spil hos internationale turoperatører.





#6 Kulturturisme

Kulturturismen er et af Danmarks mindst prioriterede områder – men med et stort uudnyttet potentiale. I projektet **Gentænk Kulturturismen: Fremtidens bæredygtige attraktioner i Destination Trekantområdet** har VisitVejle skaffet 2,5 mio. kr. hos Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse til at styrke kulturturismen med fokus på museerne i de tre kommuner. Projektet arbejder med vidensbaseret attraktionsudvikling hos bl.a. Kongernes Jelling samt vidensdeling med bl.a. VejleMuseerne og Økolariet. Herudover arbejdes der målrettet med at tiltrække målgruppen 'Par uden Børn' i særligt skuldersæsonen (august-maj) via f.eks. pakketeringer samt fælles international markedsføring.

Vi vil gå foran i en foranderlig verden og inspirere og vejlede erhvervet samt turister til at tage ansvar i at skabe en grønnere destination og verden.

Det resulterer i et godt værtskab med afsæt i det nære og lokale, der skaber stedsbundne produkter og tilgodeser vores grønne fokus til fordel for både turister og erhverv.

Vores mål

Vi vil holdes op på og følge udviklingen på følgende områder:

Turismens udvikling i Vejle Kommune

Vi har en ambition om at bidrage til, at Vejle Kommune i 2024 har en turismeomsætning på 2.800 mio. kr. (omsætning i 2019: 2.423 mio. kr.) og et overnatningstal på 875.000 (antal i 2019: 762.000 – forventet antal i coronaåret 2021: 600.000) og bidrager med 3.600 skabte årsværk (årsværk i 2019: 3.155).

Bæredygtighed

At virksomhederne gennemgår en grøn omstilling, får certificeringer, og at leisure- og erhvervs-turister ser os som et grønt rejsemål.

Service

Lokal tilstedeværelse med rådgivning og guidning af borgere, virksomheder og turister. Kigge på fremtidens digitale muligheder for inspiration, information og service uden for bemandede åbningstider.

Cykelturisme

Bidrage til at styrke Kingdom of Cycling brandet gennem markedsføringstiltag, produktudviklinger, selektive partnerskaber og samarbejder samt fremtidens store cykelevents.

Målsætningerne inden 2024

- 01** VisitVejle har skabt en Strategi for Bæredygtig Turisme.
- 02** VisitVejle arbejder med udgangspunkt i udvalgte FN Verdensmål.
- 03** VisitVejle har implementeret og gennemført initiativerne i Grøn Destination Vejle projektet.
- 04** VisitVejle fremstår som en grøn og bæredygtig destination med en topplacering på Global Destination Sustainability Index (GDS).
- 05** VisitVejle har bidraget til at skabe et af landets stærkeste brands inden for cykelturisme, Kingdom of Cycling.
- 06** VisitVejle har en ny og skarpere fotografisk og visuel identitet.
- 07** VisitVejle har designet et moderne og innovativt turistbureau med fokus på både menneskelig og digital service og værtskab.

Vi tror på en ærlig og bæredygtig tilgang til alt, hvad vi foretager os. Vi tror på at skabe gode relationer til erhvervet og turisterne, der er drevet af respekt og åbenhed.

