

Velkommen til Køges Turismestrategi 2022-2025

Sammen skaber vi udvikling

Turismen i Køge kommune kan og skal mere

Lad os være ærlige. Køge er i dag ikke *kendt* som nogen stor turistdestination. Vi kan ikke prale af hverken stor turismeomsætning, høje overnatningstal, eller landskendte turistattraktioner. Vi er et charmerende pitstop videre mod hovedstaden, og et gentagende weekendbesøg for endagsturister fra oplandet.

Men turismen i Køge kan og skal mere. Og forandringen er allerede i gang. Der investeres markant i Køge allerede, også på turismeområdet. Det gør, at vi om nogle få år kan tiltrække et bredere, mere kvalitetsbevidst og købestærkt segment – og det skal vi være klar til.

Connect Køge & VisitKøge har ambitioner for turismen i Køge, og stiller os, med turistaktørerne i ryggen, i spidsen for at give turismen et markant løft som væksterhverv.

Ambitionen er klar: Køge skal opleve en vækst i turismeomsætning, overnatninger, døgnforbrug, og kendskab. Køge skal blive kendt spiller på turismens Danmarkskort, drevet af turismemæssige kraftcentre og stedbundne oplevelser med national og international appel.

Turismen skal dermed bistå kommunens arbejde med at skabe levende lokalsamfund med detailhandel, kultur og oplevelser – til gavn for både borgere og turister.

Det har vi lavet en handleplan ud fra, baseret på *Region Sjællands Udviklingsplan for turismen frem til 2025*, en rapport som Køge Kommune selv har deltaget i.

Vision

Køge bliver en stærkere spiller på turismens Danmarkskort, med et udvalg af signaturoplevelser, som kan tiltrække og fastholde overnattende gæster.

Mission

At arbejde strategisk med at styrke og understøtte lokale kraftcentre, øge områdets oplevelsesværdi, understøtte kapacitetsudvidelse, forbedre adgang og mobilitet, og øge kendskabet til Køge.

- Og understøtte alle aktører, som gør det samme.



VisitKøges formål

Connect Køges mission er at styrke erhverv og turisme. Connect Køge samler alle progressive aktører om det samme bord, og understøtter en fælles destinationsudvikling.

Vi overgår fra en ren central turismeservice til byens gæster til en mere decentral, udadvendt og digital servicering af gæsterne.

VisitKøges opgave fremadrettet er at arbejde med disse tre opgaver:

Produktudvikling

VisitKøge understøtter aktørers projekter & events, samt iværksætter egne projekter & events. Begge for at øge områdets rekreative værdi.

Markedsføring

Vi er en fælles markedsføringskanal for områdets muligheder. Vi skal være til stede dér hvor gæsten er. Det skal være nemt at være gæst i Køge.

Samarbejdsfacilitering

Vi faciliterer at turistaktørerne kan rykke tættere på hinanden.
Sammen skaber vi udvikling.

Udviklingsprincipperne for turisme 2.0

Stedet tæller

Vi har truffet en strategisk beslutning om at arbejde med vores **stedbundne potentialer**. Al data viser, at danske destinationer der lykkes, lykkes på projekter med afsæt i stedernes særlige kvaliteter, til gavn for dem der bor i området, og dem som er på besøg.

Stedets fællesskab handler om et **fælles strategisk afsæt**. Gode destinationer er gode, fordi de lykkes at samarbejde på tværs. Det lyder banalt, men vi kan ikke tydeliggøre nok hvor vigtigt det er. For det kan mærkes, når det lykkes. Også af gæsten. Alle skal i samme retning, i enighed. Resultatet er oplevelsen af en sammenhængende destination.

Stedets fællesskab

Vores ambition er at tage afsæt i Køges særegenhed. Vi skal satse på stolthed, ejerskab, autenticitet. Vi skal ikke være bange for at trække særpræget ved Køge frem.

Sidst men ikke mindst skal intet tages op af hatten. Strategien er derfor bundet op på den forskning og data. Projekterne, som Connect Køge tager del i, skal også have økonomisk betydning, for én eller flere aktører, eller for destinationen som helhed.

Data & økonomi

Og derfor skal vi, som turistorganisation, turde lægge spor ud. God destinationsudvikling kræver rammesætning, og det kræver vedholdenhed. Det betyder også, at der er ting vi skal takke nej til. Der er aktiviteter som ikke passer ind. Og dem skal vi turde takke nej til. Det er sådan man skaber et sammenhængende brand.



UDVIKLINGSPLAN FOR

SJÆLLAND OG ØERNE

EN FÆLLES AMBITION FOR TURISMEN FREM MOD 2025

KOMMUNERNE I REGION SJÆLLAND

De 5 Indsatser:

Indsatserne er foreslået af rapporten *Udviklingsplan for Sjælland og Øerne*, som Køge Kommune også har deltaget i, og er herefter kogt ned til Køge-niveau, og kortfattet beskrevet i punktform.

1. Stærkere lokale kraftcentre
2. Større oplevelsesværdi
3. Kapacitetsudvidelse
4. Bedre adgang og mobilitet
5. Øget kendskab

Der vil løbende tilføres initiativer under alle indsatserne, som er i led med den overordnede strategi.



Indsats 1:

Stærkere lokale kraftcentre

Lokale kraftcentre er de aktører, som er områdets **fyrstårne**. Disse sætter indiskutabelt retningen for udviklingen. Opgaven er at styrke eksisterende kraftcentre ved at skabe rum for samarbejde og forlænge værdikæder. På sigt skal der også opbygges nye kraftcentre, for at skabe et differentieret værditilbud.

Connect Køge gør:

- 1) Samler to gange årligt turismenetværket, før og efter sæsonen, og tager bestik af den nuværende udfordringer og mulighedsrum.
- 2) Samler centrale turismeaktører i Connect Køge Business Club og samarbejder med dem om at styrkes vores aktører til at bedre kunne tiltrække og fastholde gæster. Aktørerne klæder hinanden på med viden, sparring, hjælp, erfaringsudveksling. Det giver både store og små aktører værktøjerne til at vækste, og mulighed for at forlænge værdikæderne.
- 3) Connect Køge faciliterer "Dialoggruppen styrket handel i Køge", som har fokus på udvikling af Køge bymidte og handelsliv.



Indsats 2:

Større oplevelsesværdi

For at kunne tiltrække gæster, kræver det at destinationen Køge har et tæt sammenvævet net af oplevelser - såkaldte *reasons to go*. De behøver ikke være store, men de skal være synlige, sammenhængende, let tilgængelig.

Connect Køge gør:

Agerer væver, og knytter oplevelserne sammen gennem:

- Videreudvikling af værdikæder på *eksisterende* produkter. F.eks outdoorturisme, Køge Festuge, mfl.
- Understøtter samarbejder mellem aktører, som leder til *nye* oplevelser for gæsterne, f.eks vikingeturisme.
- Sammenkoblingen af oplevelser ved brug af gennemgribende fortællinger, f.eks den koordinerede indsats mod "den gamle by" som er synlig i alt fra julens tema, til valg af skilte.
- Udvikling af egne projekter & events som udfylder hullerne i årshjulet.



Indsats 3: **Kapacitetsudvidelse**

Øget oplevelsesudbud, også i form af **overnatningssteder**, leder til nye segmenter. Disse må desuden gerne imødekomme turisternes stigende interesse i bæredygtige ferieformer.

Connect Køge gør:

Connect Køge understøtter de aktørbårne udvidelser, og bidrager desuden med etableringen af Signatur Sheltere, som øger shelterkapaciteten med ca. 40%, og taler ind i gæsternes efterspørgsel efter alternativ overnatning.



Indsats 4:

Bedre adgang og mobilitet

- *Det skal være nemt at være turist*

Adgangsforholdene og forbindelser imellem destinationens oplevelser skal forbedres.

Connect Køge gør:

- 1) Digital tilgængelighed. Fremme det generelle serviceniveau og tilgængelighed til oplysninger digitalt. F.eks. kultunaut, hjemmesideopgradering etc
- 2) Fysisk tilgængelighed: Det selvbetjente turistbureau fra september 2023. Udvidede åbningstider i lavsæsonen, til stede hvor gæsterne er i højsæsonen.
- 3) Fysisk mobilitet: Deltagelse i dialoggruppe om wayfinding, parkering og toiletter.



Indsats 5: Øget kendskab

Køge er fuld af stærke lokale historier og **kernefortællinger**. Disse skal være rygraden i vores interne identitet og eksterne brand. Det øger gennemslagskraften.

Connect Køge gør:

- 1) Udvikling af tematiske sammenhængende oplevelser ud fra kernefortællingerne sammen med aktørerne.
- 2) Målrettet markedsføring med gennemslagskraft:
Brandfilm af Køge, SoMe
- 3) Markedsføring af Køge som:
 - *Motions- og sportsdestination*
 - *Den gamle købstad/havnebyen Køge*
 - *Grundtvig (ligesom Rungsted har Karen Blixen)*
 - *Køge Festuge*
 - *Friluft tæt på hovedstaden,*
 - *verdensarvsdestination/nordisk mytologi (internationalt)*