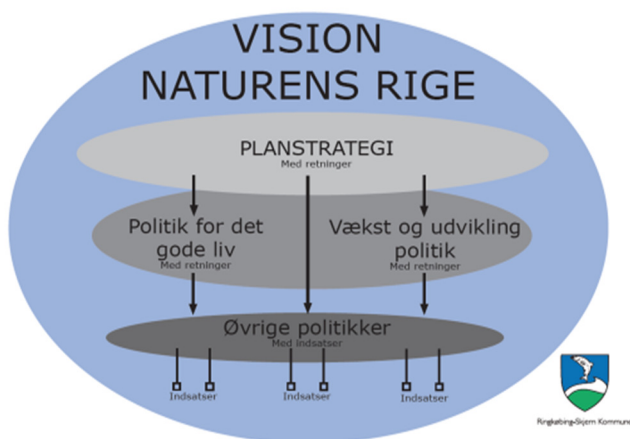


Turismepolitik 2015-2018

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 værtskab 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.
- Målsætning 1.2) Opbygge nye partnerskaber lokalt, regionalt og nationalt, der udbygger det samlede turismeudbud.
- Målsætning 1.3) Kortlægge muligheder for øget samfinansiering af turismens fællesgoder.
- Målsætning 1.4) Aktiv rolle i realiseringen af og arbejdet med Vestkystpartnerskab.

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

- Målsætning 2.1) Fortælle den gode historie om området og turismen som et bæredygtigt væksterhverv.
- Målsætning 2.2) Skabe grundlag for krydssalg og mersalg igennem facilitering af netværk, produktudvikling og kompetenceløft af værdikæder i hele kommunen.
- Målsætning 2.3) Dyrke det gode værtsskab i de to stærke vækstmotorer: Søndervig og Hvide Sande samt de fire minidestinationer: Vedersø, Ringkøbing, Skjern Å og Bork Havn.
- Målsætning 2.4) Løfte kvaliteten i grundproduktet, så den understøtter prisniveauet og udviklingsmulighederne for nye produkter og oplevelser.

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.
- Målsætning 3.2) Vi øger tilgængeligheden til naturen og kulturen for alle brugergrupper for at styrke turisme og bosætning.
- Målsætning 3.3) Vi arbejder konkret med værdiskabende speciel interest turisme i hele kommunen med udgangspunkt i de stedbundne potentialer.
- Målsætning 3.4) Vi tilbyder lokale fødevarer som en del af vores oplevelsesprodukt.

- Målsætning 3.5) Vi øger synligheden af og sammenhængen mellem eksisterende produkter og oplevelser i Naturens Rige.

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

- Målsætning 4.1) Vi skaber et værdibaseret eksternt brand, som understøtter destinationens identitet.
- Målsætning 4.2) Vi synliggør events, som har reason-to-go potentiale for eksisterende og nye målgrupper.
- Målsætning 4.3) Destinationens markedsføring understøtter helårsturisme med fokus på Vestkysten og sammenhæng fjorden rundt.
- Målsætning 4.4) Destinationens markedsføring har nær sammenhæng med kommunens bosætnings- og profileringspolitik.

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