



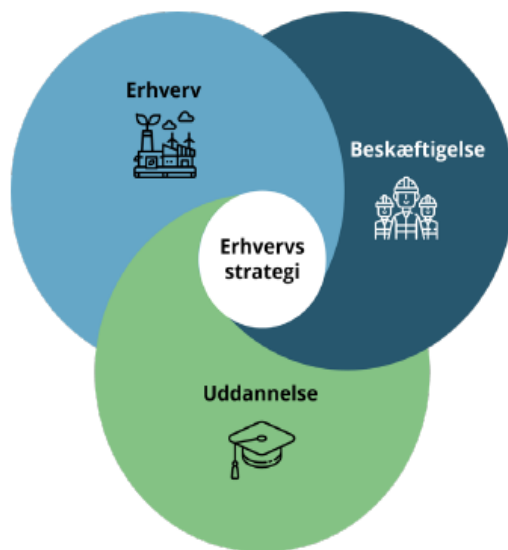
TURISME

Under Erhvervsstrategien

Status til EBU 6. marts 2025

Strategiens indsatser

- Strategien indeholder 24 indsatser
- Samspil mellem erhverv, beskæftigelse, uddannelse, kultur og turisme som bærende princip



Overblik over erhvervsstrategiens indsatser		
Fokusområde	Indsatser	
Slagelse som erhvervsvenlig kommune	Organisering og ledelse af kommunens erhvervsrettede aktiviteter	• Styrket organisering af erhvervsrettede aktiviteter • Fælles kodeks for god virksomhedsrettet service
	Lokal erhvervsservice af højeste kvalitet	• Højsynlighed af den lokale erhvervsservice • Styrket lokal erhvervsudvikling
Bæredygtig vækst med stærkt statsbudstyre	Udvikling og fornyelse i Slagelse Kommunes erhvervsstyrker	• Key account funktion for tonenagivende erhverv • Opsøgende indsats og facilitering af netværk • Styrket vejledning om innovation og eksport • Styrket sparring og vejledning vedrørende grøn omstilling
	Slagelse som attraktiv turismested	• Samlet fortælling om Slagelse Kommune som turismested • Udvikling af sammenhængende oplevelsesprodukter • Styrket udlejning af ferieboliger • Flere overnatningsmuligheder i naturen • Fleksible overnatnings tilbud
	Slagelse som uddannelsesby	• Styrket samspil mellem studerende og lokale virksomheder • Videreudvikling af attraktiv studieby • Flere unge skal tage en uddannelse og finde beskæftigelse i Slagelse Kommune • Uddannelse for livet
	Udvikling og salg af Slagelse Kommunes erhvervsarealer	• Styrket strategisk arealplanlægning • Midler til investering i byggemodning • Udvikling af området ved Slagelse Havn • En indgang til kommunen for investorer • Styrket servicekoncept
	Styrket samspil med offentlige institutioner	• Styrket vejledning om indkøbspraksis og leverandærkrav blandt offentlige institutioner • Facilitering af innovations- og udviklings samarbejder

Slagelse Kommune som attraktiv turistdestination

Udbygning af overnatningskapaciteten i Slagelse Kommune

Styrket udlejning af ferieboliger

Flere overnatningsmuligheder i naturen

Fleksible overnatningstilbud

Udvikling af stærkere og sammenhængende oplevelsesprodukter

Samlet fortælling om Slagelse Kommune som turistdestination

Udvikling af sammenhængende oplevelsesprodukter

3 prioriterede fokus

- Overnatning – kørende turisme (inkl. autocampere)
- Trelleborg (inkl. samlet kommunikation og synlighed)
- Sjællands Storebæltskyst

Overnatningskapacitet

- Samarbejde med Destination Sjælland – B&B, sommerhuse mv.
- *Kørende turisme*
 - Autocamper (herunder naturnære overnatninger)
 - Analyse DKNT – afprøvninger
- Klarskovgaard – fra konference til leisure – dialog om videre samarbejde

Trelleborg – effekt af UNESCO

- Den eneste attraktion med egentlig "pull-faktor"
- Publikumsrejsen - på Trelleborg – videre fra Trelleborg.
- Helhedsoplevelse
 - PR, tilstedeværelse digitalt, wayfinding, mobilitet/parkering, faciliteter, oplevelsernes kvalitet, den videre vej til andre oplevelser, muligheder for at tage oplevelsen med hjem.
- Konkrete kommunale tiltag der udnytter de +100.000 besøgende
 - *ny skærm ved Trelleborg med Slagelse Kommunes andre turistoplevelser,*
 - *nye skilte på P-plads med henvisninger til andre turistoplevelser,*
 - *Næste trin er samsalg af billetpakker med andre aktører (ruter, koncepter)*
 - *Arbejdet med "fodsporet" og muligheden for historiske oplevelser langs ruten hele vejen til Slagelse Bymidte*
- UNESCOs afledte effekter, arbejde med kvaliteten i de oplevelser der kan henvises til
 - *særligt Slagelse Museum, Antvorskov, Korsør fæstning, og porten til øerne*
- P-plads og gerne autocampere

Synlighed og overblik

Afsæt i analyse fra Kulturens analyseinstitut - potentiale i at formidle mulighederne for oplevelser:

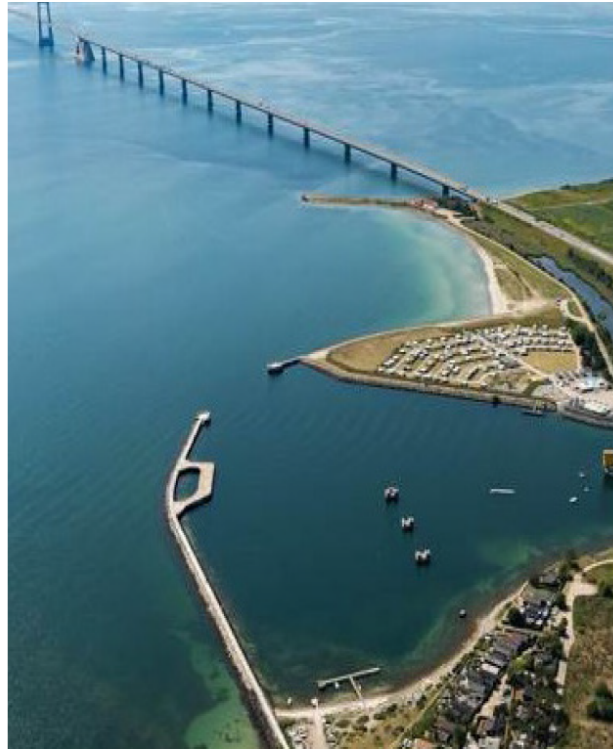
- I øjeblikket mange indgange, ingen der er dækkende.
- Mulig udvikling af ny "Kanal", der samlet formidler de gode oplevelser i Slagelse kommune.
 - Brugervenligheden i opslag og synlighed af arrangementer
- Bedre tilstedeværelse i bybilledet af Trelleborg og Unesco samt øvrige.
- De enkelte oplevelser opdrages til at henvise til hinanden – digitalt og analogt
- Integreret markedsføring med lokale, hverdagsnære fortællinger – der engagerer. Bosætning og turisme samtænkes her.



STOREBÆLTSKYSTEN 365 – EN AMBITION

- lokal stolthed og international interesse

KRAFTCENTER HALSKOV – MED RESPEKT FOR MIDLERTIDIGHED



Halsskov og Krusesminde

- Udvikling af faciliteter og aktiviteter i Halsskov
- Faciliteter der kan bruges en større del af året, også på land – med stiforbindelse til Krusesminde.
- Sammenhæng til Udviklingsplan Korsør
- Eventstrategi

BEGIVENHEDSSTRATEGI – PÅ KORT OG LANGT SIGT



2025-26 (projekter og drømme)

- Store Badedag – Danmark Svømmer Ud (med SVØM DK)
- Zeeland Zea-kayak Zummit – Z3 (sammen med Kalundborg)
- Rigshospitalets trykkammer som ”kunstigt rev” til Sportsdykkerne i Halskov
- DM i Undervandsfoto
- Svøm rundt om Sprogø (foreløbigt nej fra Sund & Bælt)
- Udvidelse af Korsør Active Days – Destination Sjælland har aktivt meldt sig ind
- Storebælt Vinterbader Festival (hele kysten)
- Begivenheder skabes eller tiltrækkes sammen med fx SUP & Surf, Dansk Forening for Rosport, SVØM DK etc.

Bosætning

Effekten af tidligere ”reklameindsats” er begrænset.

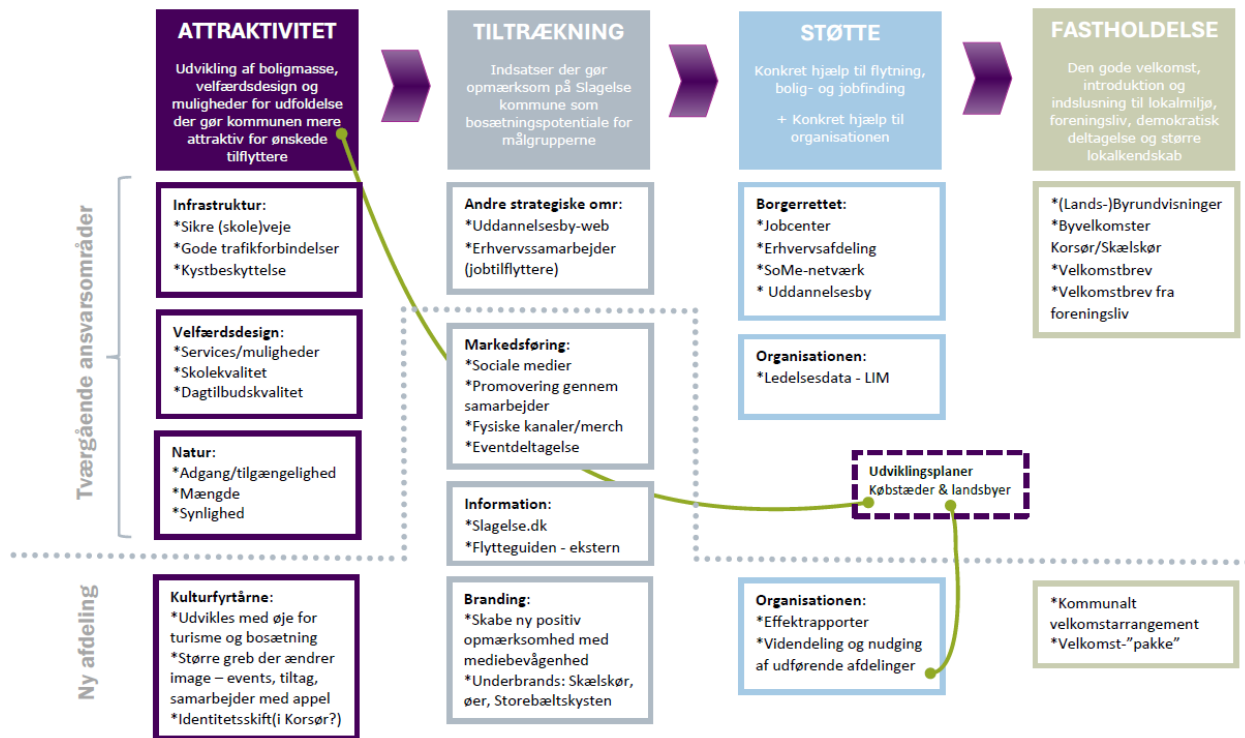
- Tidligere er der satset mest på tilflytning *fra Storkøbenhavn* – vi skærper fokus ændres mod *nabokommuner*.
Med ny identitetsfortælling - hænger godt sammen med turismeindsatsen.
- Den største effekt opnås ved at nuværende borgere er stolte => midlerne bruges anderledes; til at understøtte lokal stolthed. Bl.a. gennem markeringer af events og fortællinger om ”det gode liv” der leves her.

Der arbejdes med på den korte bane:

- Skubbe opmærksomheden på tilflytning ud i hele organisationen – fortsat indsats
- Gøre tilflyttersviden mere let tilgængeligt, ”selvbetjening” – ny indsats
- Kommunikationsplatform der samler de mange indsatser – ny indsats
- Identitetsmarkører, byrum skal være med til at fortælle – ny indsats

Ny opgaveoversigt – december 2024

Bosætningsindsatser Slagelse Kommune



TFF/24