



Kommunikationsstrategi for Vandsportscenter i Korsør

Baggrund

Vandsportscentret er et af flere projekter som 17,4-udvalget Korsør – byen møder vandet har iværksat i Korsør. Det er en attraktion som har potentiale til at blive et fyrtårn for hele kommunen, og derfor skal der ske en vedvarende italesættelse af centret.

Visionen er, at omdanne den gamle færgehavn i Halskov til et

vandsportscenter i verdensklasse

Verdensklasse vil sige at centret indrettes med vandaktiviteter af så høj klasse, at man kan tiltrække de bedste af de bedste inden for vandsport. Når disse bruger centret vil almindelige brugere også følge efter – turister, borgere etc.

Fra kommunens side afsat midler til at starte projektet, og de første faciliteter vil stå klar til indvielse i sommeren 2017. Hele projektet er afhængig af, at en eller flere privat investorer gerne i samarbejde med fonde investerer i projektet.

Nærværende kommunikationsstrategi skal skabe rammerne for formidlingen af fremdriften i projektet, og den skal svare på, hvad vandsportscentret skal være kendt for.

Budskaber

I arbejdet med vandsportscentret er der lagt vægt på, at det skal være i verdensklasse uden at det er nærmere defineret, hvad verdensklassen består af. I forhold til konkurrenterne er der identificeret flere faciliteter, som skiller sig ud i forhold til konkurrenter, og som har potentiale. Nedenfor ses flere bud på, hvilke vandsportsaktiviteter, som skal/kan fremhæves i kommunikationen omkring vandsportscentret. Det skal pointeres, at budskaber og de faciliteter som fremhæves kan ændres over tid, afhængig af politiske ønsker, nye tiltag, finansiering med videre.

”Nordeuropas højeste udspringstårn”

Muligheder: Udspringstårnet med kombineret klatrevæg kommer til at være 27 meter højt, når det er fuldt udbygget, hvilket svarer til standarten for såkaldt Clif diving for mænd.

Der findes ikke lignende udspringstårne i Danmark, og man skal helt til Østrig for at finde et lignende udspringstårn. Med sine 27 meter vil tårnet kunne ses på lang afstand, og det vil blive et vartegn for vandsportscentret og Korsør.

Udfordringer: Tårnet er ikke bygget endnu. I første omgang er det kun de første 7 meter af tårnet, der bliver bygget, og først i step 2 når tårnet op på 27 meter. Indtil tårnet er fuldt udbygget er der så at sige ikke noget verdensklasse over det. I og med at tårnet kommer til at være meget synligt er der også en risiko for, at det kan give debat i lokalområdet.

I Tyskland er et vandsportscenter på tegnebrætter, som markedsfører sig med at have Europas højeste udspringstårn.

”En spektakulær dykkerhavn”

Muligheder: Halskov Færgenhavn er allerede kendt, som et godt dykkersted. I forbindelse med vandsportscentret er der planer om et navigationsbart dykkerområde og en kunstig grotte/udstilling under vand.

Udfordringer: Indtil at der er bygget noget under vandet er der ikke nogen ekstraordinære dykkerfaciliteter samtidig med flere andre vandsportscentre, som også markedsfører sig på baggrund af dykning.

Tidsplan

Denne tidsplan skal ses som tentativ, fordi rækkefølge og indhold beror på politiske prioriteringer, dialog med interessenter og investorernes ønsker.

| 2017/STEP 0 | STEP 1 | STEP 2 | STEP 3 |
|--|---|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Fjernelse af overfladeforurening • Afmontering af bolværk • Toiletbygning med omklædningsrum og udendørs bad. • Udlægning af 0,5 meter sand samt etablering af 3 stk. beachvolley baner, gerne således at der også kan spilles strandhåndbold på arealet. • Trampestier opgraderes, så de bliver brede nok til barnevogne mv. • Den asfalterede vej og parkeringsplads istandsættes. • Opsætning af bord og bænke, skraldestativer | <ul style="list-style-type: none"> • Klubhus • Havnebad • Slide & Fly • Havnemarked • Kitesurfing • Coasteering • Navigationsbart Dykkerområde • Kajak Polo • Rappeling & Slacking • Løbe Sti • Forhindringsbane • Triatlon • Cliff Dive & Klatrevæg (Del 2) | <ul style="list-style-type: none"> • BMX Bane • Vanski Kablesystem • Kunstig Grotte Dykning • Udvidelse • Havnemarked • Cliff Dive & Klatrevæg • Løbe Sti | <ul style="list-style-type: none"> • Havne Ø • Fremtidig Bebyggelse • Bølgebassin • Udvidelse • Havnemarked |

| | | | |
|--|--|--|--|
| <p>og infotavler.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Etablering af de første 7 meter af et udspringstår med klatrevæg mv. • Etablering af en promenadesti langs campingpladsen ud til spidsen af molen, hvor der etableres kikkert og bænke. • Etablering af adgang til vandet med trappe og flydeplatform i vandet • Ansøgning om blå flag strand og etablering af de fornødne forhold • Ansøgning til Trygfonden om bevilling til et bemanded livredertårn for sommeren 2017. • Cykelrute fra Korsør centrum til færgehavnen gøres trafikikker, og der skiltes | | | |
|--|--|--|--|

Konkurrenter

Det nye vandsportscenter i Korsør er i konkurrence med lignende projekter og allerede eksisterende centre. Derfor er det vigtigt, at vi tegner en profil af centret, som skiller det ud fra konkurrenterne og fremhæver det unikke.

Realise har undersøgt markedet for de nærmeste konkurrenter til vandsportscentret. På baggrund af den analyse er destinationernes/projekterne hjemmeside screenet for at undersøge, hvad de er kendt for eller gerne vil være kendt for.

| Sted | Speciale | Kendetegn |
|---|----------------------------|--|
| Amager Strandpark | Vandsportscenter | <ul style="list-style-type: none"> • Strand og natur • Vandsport • Tæt på Rådhuspladsen |
| Aarhus Vandsportscenter | Vandsportscenter | <ul style="list-style-type: none"> • Ingen klar profil |
| Cold Hawaii | Surfing | <ul style="list-style-type: none"> • Surfing |
| Kite One | Kite Surfing | <ul style="list-style-type: none"> • Kite surfing skole |
| Aalborg Friluftsbad/ Vestre Fjordpark – åbner 2017 | Havnebad med udspringstårn | <ul style="list-style-type: none"> • For alle, der har lyst til at svømme, sejle i kano og kajak, windsurfe, vinterbade eller bare nyde solen og naturen ved fjorden. |
| Salling Aqua Park - | Dykning | <ul style="list-style-type: none"> • Dykkerpark • Lystbådehavn • Maritimcenter |
| Kitevest | Kitesurfing | <ul style="list-style-type: none"> • Kitesurfing kursus |
| Hanbjerg Marina | Grejbank | <ul style="list-style-type: none"> • Lystbådehavn |
| Aqua Regia Park | Dykning og udspringstårn | <ul style="list-style-type: none"> • Europas højeste udspringstårn • Dykning - indendørs |

SWOT

| Styrker | Svagheder | Muligheder | Trusler |
|---|--|---|------------------------------|
| Det eneste sted i DK med udspringstårn på 27 meter | Det er ikke bygget endnu | Havnens historie med færgerne | Ingen privat investor |
| Opbakning fra vandsportsudøvere – både nationale forbund og lokale foreninger | Der er ikke noget verdensklasse endnu | Masser af ledig hotelkapacitet | Evt. Lokal modstand mod tårn |
| Eneste sted med Slide and Fly | Bliver der offentlig adgang/ Hvordan en privat investor skal tjene penge? | Det kan tiltrække turister med særlig interesse for vandsport | Korsørs image |
| Opbakning fra byråd | Der er flere | Opbakning fra Helge | |

| | vandsportscentre/strandparker i DK. Er vi unikke? | Wedel(sjællandske) | |
|---|---|------------------------|--|
| Halsskov havn er kendt som et godt dykkersted | Drypvis etablering – svagere historie | Internationale stævner | |
| I Nærheden af god infrastruktur | | | |
| Opbakning fra campingpladsen | | | |
| Kan ses fra motorveje/broen. Branding af Korsør | | | |

Mapping af interessenter

Primære interessenter

De primære interessenter er dem, som er vigtigst. Derfor er det dem, som først og fremmest skal plejes. Ud over de interessenter, som nævnes her, er projektet forankret i byrådet og 17.4 udvalget, og de er derfor centrale interessenter som både afsendere og modtagere af kommunikation.

Investorer/fonde: Det er afgørende for projektets succes at tiltrække private investorer og fonde, som vil investere/støtte vandsportscentret. I forhold til privat investorer er udfordringen, at gøre det tydeligt, at der er en god business case i vandsportscentret, og hvad den består i.

Vandsportsforbund/Lokale sportsforeninger: Udøverne af vandsport og deres forbund får helt nye og unikke muligheder for at udøve deres sport. Deres opbakning er en blåstempling af projektet. Dermed kan de også bruges som ambassadører for projektet, og vi kan med fordel inddrage dem og bruge dem som ambassadører for projektet.

Turisterhvervet/Visit Vestsjælland: Her tænkes især på de lokale aktører inden for turismehvervet. Det vil Visitvestsjælland sammen med de lokale aktører på turisme området – campingpladser, hoteller osv. I forhold til markedsføring overfor turister er Visitvestsjælland en vigtig partner. I og med der allerede er en overkapacitet i forhold til overnatningsmuligheder, kan der være en modstridende interesse for hotellerne, hvis en evt. privat investor vil investere i et nyt hotel.

Naboer: Naboerne består primært af ejerne af sommerhusene i ”Granskoven” samt Campingpladsen. Generelt er der opbakning til projektet, men i forhold til Granskoven har der været ”brok” over manglende information.

Sekundære interessenter

Lokale borgere: Lokalt er glæde over at der bliver investeret i Korsør og især mange unge glæder sig til vandsportscentret.

Virksomheder/Iværksættere: Her tænkes både på etablerede virksomheder og iværksættere. Det kan evt. være mindre virksomheder, som er interesseret i at drive en madbod, kiosk eller lignende. Blandt virksomhederne er der en bevidsthed om, at der sker noget i Korsør, som kan skabe udvikling i byen.



Lokalpresse/ Sjællandske: Sjællandske er meget positiv over for projektet og vil meget gerne fortælle så meget som muligt om projektet efterhånden, som det skrider frem.

Kanaler/redskaber

Investorer/fonde

- 1 til 1 møder
- Professionelt investormateriale
- Hjemmeside: Professionel hjemmeside, hvor alt materiale kan findes og hvor projektets fremskridt kan følges
- SOME: FB-side skal give indtryk af liv og aktivitet i området. Medlemmer af 17,4-udvalg opfordres til at bruge egne SOME-medier til at sprede budskabet.

Vandsportsforbund/Lokale sportsforeninger

- Infomøder når der er nyt at fortælle
- Inddragelse i workshops og lignende, når nye facilitet skal detailplanlægges
- Understøttelse af deres arrangementer og events i vandsportscentret
- Forbundenes medier (medlemsblade, hjemmesider, FB-sider evt.)

Turisterhvervet/Visit Vestsjælland:

- Møder med især Visitvestsjælland
- Visitvestsjælland er den primære kanal i forhold til turistbranchen
- Dialog om stævner med virksomheder og større arrangører

Naboer:

I forhold til naboerne er det vigtigt at de føler sig godt informeret. Derfor skal det sikres at føler sig involveret og hørt.

- Infomøder, når der er nyt at fortælle
- Invitation til at være med i workshops og lignende, når det giver mening
- Infobreve, når der igangsættes større byggearbejde, arrangementer og lignende
- Annoncer i Korsør Posten lokalmedier

Kanaler i forhold til sekundære interessenter

Pressemeddelelser:

Målgruppen er især **lokale borgere og virksomheder, men også naboer** Især i forbindelse med større udmeldinger i projektet gøre det med pressemeddelelser til lokale medier.

Annoncer i Korsør Posten: Halvårlige/kvartårlige infoannoncer i Korsør Posten, som fortæller om fremskridt og aktiviteter. Kan laves i regi af 17,4-udvalget om alle projekter.

SoMe/FB-side: På længere sigt bør der etableres en Facebook-side om centret, men først når projektet kommer ind i en fase, hvor der er konkrete emner og aktiviteter som kan engagere borgerne.



Hjemmeside: Generel information om projektet. Det er her man kan finde alt, man har brug for at vide om projektet.

Partner kommunikation: Vi skal hjælpe de interessenter (primært foreninger) som involverer sig i projektet, så de kan kommunikere om deres aktie i projektet. Det skal gøre gennem sparring om kommunikation, foto/illustrationsarkiv og faktaark, som foreningerne kan bruge i deres kommunikation.

Talspersoner

I forhold til udmeldinger om vandsportscentret er ansvaret fordelt mellem 17,4-udvalget og administrationen.

Større udmeldinger/diskussioner af projektet: Projektet er forankret i 17,4-udvalget. Når der tages store og afgørende skridt i projektet, så er formanden for udvalget som bruges i pressemeddelelser og anden kommunikation om projektet. I tilfælde af han ikke har mulighed kan andre medlemmer bruges.

Mindre fremskridt og problemer: I forhold til mindre historier og fremskridt er det administrationen, som har fingrene nede i sagerne, som er talsmand for projektet.

Når denne kommunikationsstrategi er drøftet samles 17,4 udvalgets input i en endelig kommunikationsstrategi til godkendelse i udvalget, og der udarbejdes en aktivitetsplan med tiltag, der understøtter strategien.