

# REFERAT § 17,4 Udviklingsrådet d. 20-02-2019

**Mødedato** Onsdag d. 20. februar 2019 kl. 17:00

**Mødested** Nyborg Rådhus, Mødelokale 3

## **Indholdsfortegnelse**

Temadrøftelse - Værtskabsprojekt.....	3
Orientering om udtrædelse af Udviklingsrådet.....	7
Meddelelser.....	8

# Punkt 1: Temadrøftelse - Værtskabsprojekt

## Sagsfremstilling

### 1. Temadrøftelse - Værtskabsprojekt

Sagsnr.	450-2018-7506	Initialer	SAH	Åbent
---------	---------------	-----------	-----	-------

#### Sagsfremstilling

I forlængelse af drøftelse 26. september 2016 vedrørende Det Gode Værtskab i forbindelse med Slotsprojektet og de udviklingsmuligheder det medfører, har det nu helt konkret udviklet sig til et værtskabsprojekt for Nyborg Kommune i samarbejde med Destination Fyn og Dansk Kyst- & Naturturisme. Dette har resulteret i en fælles ansøgning til Region Syddanmark om medfinansiering. Ansøgning og projekt blev godkendt 6. december 2018.

På baggrund af nedenstående baggrundsinformation ønskes det således, at Udviklingsrådet kommer med eventuelle forslag og input til følgende tre spørgsmål, der tager udgangspunkt i de tre indsatsområder, der arbejdes på i projektet.

#### 1. Udvikling af det fysiske byrum som ramme for oplevelser

Hvordan yder vi det bedste værtskab overfor potentielle cykleturister? Fx hvordan opgraderes serviceniveauet for den målgruppe mht. ruter, visuelle oplevelser på ruterne.

#### 2. Udvikling af events med international appel

Er der en af Nyborgs eksisterende events, der har potentielle til at have international tiltrækningskraft? Hvad kunne en ny event være baseret på Nyborgs DNA og levende kulturarv?

#### 3. Markedsudviklingsindsats

Bud på Nyborgs kernefortællinger? Idéer til unikke bookbare oplevelser, designet og guidet af lokale – også kaldet local hood.

#### BAGGRUND:

I budgetaftalen for 2018 blev det besluttet at igangsætte et 'værtskabsprojekt' som et samarbejde mellem Bureauet Nyborg og Destination Fyn Klyngen. På udvalgmøde 22. august 2017 blev det således besluttet at indstille til budgetforhandlingerne at afsætte 500.000 kr. årligt i budgettet i perioden 2018-2020 til projektet. Baggrunden herfor er det store anlægsprojekt "Slotsprojektet", i hvilket der i de kommende år investeres ikke mindre end ca. 300 mio. kr. Investeringen på 300 mio. kr. er udelukkende møntet på udvikling og anlæg af en ny attraktion, men der har i budgettet ikke tidligere været afsat midler til aktivering af de muligheder slottet fører med sig samt opbygning af det kendskab til attraktionen, der er forudsætningen for, at potentialet omsættes til forretning.

Målsætningen er, at 100.000 flere turister allerede i 2021 besøger Nyborg Slot og By sammenlignet 2017-niveauet. Det betyder, at det forventes, at i alt 200.000 turister lægger vejen forbi Nyborg Slot 2021. Men turismen ikke kommer af selv. Gennemgående for de succesrige cases, som fx Egeskov Slot og Bridgewalking, er, at der er blevet arbejdet langsigtet og målrettet med at opbygge en position og et brand, der kan skabe grundlaget for en succesfuld lancering, men også fastholdelse og udbygning af den turismegenererede forretning selvfølgelig med respekt for brandet (autenticiteten og ægtheden).

Det vurderes, at målsætningen med 200.000 turister er realistisk, men det vurderes også, at forudsætningen for at opnå den ønskede turismeeffekt i 2021 er, at der iværksættes en strategisk indsats med fokus på 365 graders aktivering af slottet, altså en aktivering, der kommer alle til gavn, og de muligheder som det færdige projekt ventes at indeholde. Sigtet har været, at der skulle iværksættes "en strategisk indsats med fokus på 365 graders aktivering af slottet", der skal være en central del i et destinationsudviklingsprojekt for hele Nyborg i samarbejde med Dansk Kyst- og Naturturisme. Projektet skal med andre ord skabe fundamentet for en styrket og effektiv tiltrækningsindsats.

For at opnå dette har projektgruppen, bestående af Destination Fyn, Dansk Kyst- og Naturturisme, borgerservicechefen, turistchefen, Østfyns Museer/Nyborg Slot, Teknik- og Miljøafdelingen med kommunaldirektøren som formand, arbejdet på at definere hvilke indsats, der har skulle indgå i det videre projekt og det vurderes således i projektgruppen, at der er brug for iværksættelse og gennemførelse af projektet med fokus på følgende indsatsområder:

- Værtskab og Place Making, der skal sikre, at de mange internationale og nationale gæster får den bedst mulige oplevelse, når de er her, og dermed også tiltrække nye besøgende.
- International eventstrategi, der skal understøtte både markedsføring, værtskab, place making og tiltrækning gennem planlægning af nye events og udvikling af eksisterende

c) I kampen om de internationale gæsters bevågenhed er det nødvendigt med en fokuseret markeds- og contentudvikling i forhold til en international markedsføringsstrategi, der skal sikre en konkurrencedygtig position på det internationale marked og som er forudsætningen for de internationale gæsters besøg.

Ovenstående tre projektindsatser dannede således grundlaget for den fælles fynske ansøgning til Region Syddanmark (se bilag 1). Fokus for det fælles fynske vækstprojekt er centreret omkring livsnyderoplevelser, som signatur for Destination Fyn. Der arbejdes med livsnyder-segmentet og derfor livsnyderoplevelser via to spor, hvor af det ene er kulturoplevelser, hvori indgår 'Nyborg som stærkt feriested', som består af tre udviklingsindsatser:

### **Udvikling af det fysiske byrum som ramme for oplevelser**

(værtsskab og place making )

Der er her taget højde for det igangværende kommunale arbejde med en strategisk byudviklingsplan. I den forbindelse har analyser vist, at der dels mangler indbydende og interessante byrum i bymidten, hvor mange rum bruges til parkering mv., dels at der mangler klare, spændende og logiske forbindelser for gående og cyklister mellem byens destinationer og ankomstpunkter. I vækstprojektet vil første skridt således være udvikling og afprøvning af koncepter for byrum ved etablering af midlertidige byrumsløsninger i ikke udnyttede centrale byrum. På den måde udgør vækstprojektet et pilotprojekt i denne kontekst. Endvidere vil der være fokus på styrkelse af den eksisterende infrastruktur og videreudvikling af cykelforbindelser og handler om at sikre stærke spændende forbindelser især besøgende der færdes til fods og på cykel. Det være sig alt fra en mere vedkommende og tydelig skiltning af ruter for gående og cyklende til placering af interessante oplevelser på ruterne, der formidler Nyborgs historie, kulturarv og identitet. Potentialet for forbedring af gå- og cykelruter i den centrale by er stort, fx med koblingen af N8 cykelruten og de mange brugere af Nyborg Station, hvorfra 1,8 mio. hvert år stiger af og på toget, i tankerne. Her tænkes også på en opgradering af serviceniveauet for cykelturister. Udvikling af cykelturismen vil ligeledes være til gavn og understøtte hele Bike Island-indsatsen. Vækstprojektet vil således omhandle udvikling af byrumskoncept samt udvikling af et way-finding-koncept, der skal sikre, at turister og besøgende nemt kan finde vej mellem destinationerne i Nyborg og videre til destinationer i resten af kommunen og regionen

### **Udvikling af event med international appel**

(international eventstrategi )

Den kulturelle livsnyder er optaget af at lære noget på sin rejse, gå på opdagelse efter kulturelle oplevelser og optaget af stedets historie og egenart. I relation til dette har Nyborg en særlig styrkeposition grundet byens historiske rolle som blandt andet demokratiets vugge. Den styrkeposition skal udnyttes i udvikling af events, der knytter sig til byens, slottets og områdets kulturhistorie med det formål at tiltrække både danske og i særdeleshed internationale besøgende til destinationen. Derfor vil en af projektets målsætning også være konceptudvikling for events for Nyborg-området, med minimum 2 events med international tiltrækningskraft, herunder udvikling af nye eller videreudvikling af eksisterende events, hvor Nyborgs DNA og slottes levende kulturarv i høj grad indgår. Potentialet ligger i at fokusere på at udbygge, kvalitetssikre og kommercialisere nye såvel som eksisterende events, der vurderes at kunne videreudvikles til noget større. Målet er at opbygge loyalitet hos gæsterne, at øge omsætningen ved målrettet forretningsudvikling og sidst men bestemt ikke mindst at tiltrække nye internationale kundegrupper.

### **Markedsudviklingsindsats**

(Markeds- og contentudvikling i forhold til en international markedsføringsstrategi)

Der er behov for en markedsudviklingsindsats med fokus på et sæt kernefortællinger for Nyborg og det dynamiske koncept omkring "den levende kulturarv". Indsatsen skal sikre og styrke Nyborg bys egen fortælling, med i høj grad også binde Nyborg by sammen med regionens øvrige UNESCO-sites. Der vurderes at være et stort vækstpotentiale og stor værdig regionalt i forhold til international appel og konkurrenceevne.

Sættet af kernefortællinger skal, som udviklingsindsats, således favne Nyborg som en levende by med international tiltrækningskraft med udgangspunkt i byens DNA og kulturarv i verdensklasse. Derfor skal der sættes ind med en fokuseret markeds- og contentudvikling i forhold til en markedsføringsstrategi, der dels stimulerer de nære markeder, men i særdeleshed og vigtigst, sikrer en konkurrencedygtig position på det internationale marked. Således er indsatsen central i forhold til at sikre fælles fodslag lokalt og regionalt og er afgørende for at sikre en professionel og målrettet markedsføring rettet mod det internationale marked. Indsatsen tager udgangspunkt i konceptet FYN365 – contentmarkedsføringskoncept udviklet for hele Fyn (se bilag vedr. FY365). Hensigten er at få udviklet et koncept for Nyborg – NYBORG365 med et sæt af kernefortællinger, der tager afsæt i Nyborgs DNA, der skal konverteres til en international fortælling.

Konceptet skal ydermere medvirke til udviklingen af unikke bookbare oplevelsesprodukter, der er designet og guidet af lokale. Lokalbefolkningen skal således fungere som værter for hver deres særegne oplevelse. Oplevelsesprodukterne vil på den måde adskille sig fra de typiske rundvisninger. Nyborg skal i den sammenhæng fungere som business case til brug for resten af Fyn, hvor indsatsen tænkes foldes ud.

Baggrunden for markedsudviklingsindsatsen skal også ses i lyset af, at potentielle turister er på udkig efter inspiration og nye oplevelser 24/7/365, og at det derfor er vigtigt, at Nyborg er synlig, der hvor turistene befinder sig før, under og efter et besøg i Nyborg

Status på værtskabsprojektet er som følger:

- 1) Der er blevet anvendt 40.000 kr. på ekstern konsulentbistand og herunder udarbejdelse af udkast til projektbeskrivelse, som danner baggrund for de tre udviklingsindsatser beskrevet i ovenstående.
- 2) Gæsteanalyse 2018 ved Dansk Kyst- og Naturturisme er igangsat henover juli-måned. Udvalget godkendte 14. maj 2018 brug af 25.000 kr. til deltagelse. Midlerne blev disponeret fra de 500.000 kr., der er afsat til værtskabsprojektet ifm. budgetaftalen for 2018. Gæsteanalysen skal ses som en nulpunktanalyse og danne grundlaget for de videre indsatser. Gæsteanalysen indgår ligeledes, som aktivitet i projektet.
- 3) Projektet havde opstart 1. januar 2019. Projektet tager udgangspunkt i markedsudviklingsindsatsen og udviklingen af konceptet NYBORG365.
- 4) I forbindelse med projektet er det besluttet, at projektledelsen af 'Nyborg som stærkt feriested' forankres og håndteres af medarbejderne i Bureauet Nyborg, hvorfor det er nødvendigt at frigive ressourcer til dette projektarbejde. Der er derfor blevet opslået en 37-timers turismemedarbejderstilling i tidsbegrænset periode fra 1. marts 2019 til 31. december 2020. Stillingen finansieres af Værtskabsprojektet.

### Økonomiske konsekvenser

Det foreløbige budget for ovenstående projekt, hvori Nyborg Kommune indgår er, som følger:

Støttebidrager	Nyborg – stærkt feriested
Dansk Kyst- og Naturturisme	300.000 kr.
Region Syddanmark	400.000 kr.
Nyborg Kommune	1.400.000 kr.
*Erhverv / Fonde	250.000 kr.
Bureauet Nyborg	400.000 kr.
Destination Fyn	150.000 kr.
<b>Finansiering i alt</b>	<b>2.900.000 kr.</b>

\*Der **tilstræbes** en medfinansiering på 250.000 kr. fra øvrige fonde og erhverv. Hvilke fonde og erhverv er afhængig af, hvad der vælges at arbejde videre med og hvordan den overordnede strategi bliver. Endvidere er det vigtigt at gøre opmærksom på at en gennemførelse af projektet ikke er afhængig af medfinansiering på 250.000 kr.

Turistchef Sanne Andresen deltager under behandling af dagsordenpunktet.

### Indstilling

Det indstilles, at Udviklingsrådet

- Drøfter de tre stillede spørgsmål
- Tager status for værtskabsprojekt til efterretning

### Sagen afgøres i

Udviklingsrådet.

### **Beslutning i § 17,4 Udviklingsrådet 20. februar 2019:**

*Fraværende: Kristina Poulsen, Per Høegh, Ulrik Nielsen*

- Turistchef Sanne H. Andresen orienterede om projektet. PowerPoint vedlægges ved udsendelse af referatet.

#### Efterfølgende kommentarer til oplægget

- Airbnb experiences – afholdelse af informationsmøde for borgerne, så de orienteres om denne mulighed bliver ikke inddraget i Værtsskabsprojektet kan evt. overvejes udenfor dette projekt). Forslag om samarbejde mellem borgere og kommune, så kommunen kvalitetsstempler de udlejningsboliger borgeren tilbyder på Airbnb.
- Inddrag de frivillige i projektet. Slottet har rigtige gode erfaringer med samarbejdet med de lokale frivillige. Der skal afsættes ressourcer til koordinering.
- Det er vigtigt at inkludere af centerbyer og landsbyer.
- Husk trykt materiale til, dem der ikke er så langt digitalt.
- Samarbejdet Kongens Fadebure. Tænkes både ind i forhold til turismen i forbindelse med events og når slottet opretter en cafe.

#### Gruppearbejde

Forslag og input fra Udviklingsrådet til de 3 indsatsområder er samlet ind på post-its og bringes videre i Værtsskabsprojektets arbejdsgruppe.

## Punkt 2: Orientering om udtrædelse af Udviklingsrådet

### Sagsfremstilling

#### 2. Orientering om udtrædelse af Udviklingsrådet

Sagsnr.	450-2016-12642	Initialer	LDA	Åbent
---------	----------------	-----------	-----	-------

### Sagsfremstilling

Henrik Vestergaard Stokholm, Nyborg Gymnasium og HF – Repræsentant fra uddannelsesinstitutionerne har 6. januar 2019 meddelt, at han er udtrådt af Udviklingsrådet.

### Økonomiske konsekvenser

Ingen.

### Indstilling

Det indstilles, at Udviklingsrådet tager orienteringen til efterretning.

### Sagen afgøres i

Udviklingsrådet

### Beslutning i § 17,4 Udviklingsrådet 20. februar 2019:

*Fraværende: Kristina Poulsen, Per Høegh, Ulrik Nielsen*

Til efterretning.

Udviklingsrådet ønsker en repræsentant fra uddannelsesinstitutionerne. Det undersøges nærmere.

## Punkt 3: Meddelelser

### Sagsfremstilling

#### 3. Meddelelser

Sagsnr.	450-2014-2704	Initialer	LDA	Åbent
---------	---------------	-----------	-----	-------

### Sagsfremstilling

Sagen afgøres i  
Udviklingsrådet.

#### **Beslutning i § 17,4 Udviklingsrådet 20. februar 2019:**

*Fraværende: Kristina Poulsen, Per Høegh, Ulrik Nielsen*

Dorte Sømoed oplyser, at hun udtræder af landdistrikstudvalget ved næste valg. Valg foretages på møde i Det Fælles Landsbyråd inden 1. marts.

Ønsker til teamdrøftelse på næste møde 29. maj 2019:

Fibernet og højere hastighed i yderområderne. Da der er obligatorisk selvbetjening for borgere og virksomheder, er det problematisk, at ikke alle kan få adgang til fibernet.