

TURISMESTRATEGI FOR FREDERICIA KOMMUNE 2023-2026

UD OVER VOLDENE



KORT FORTALT

Find den fulde version på [VisitFredericia.dk](https://www.visitfredericia.dk).

**Fredericia
Kommune**



INDHOLD

DEL 1 - MISSION

Side 4	FORORD
Side 5	OVERSIGT
Side 6	MISSION
Side 7	5 STYRENDE PRINCIPPER
Side 8	KERNEFORTÆLLING

DEL 2 - FIRE STRATEGISKE SPOR

Side 12	FÆLLES OM TURISMEN
Side 14	UD OVER VOLDENE
Side 16	GRØN OG BÆREDYGTIG TURISME
Side 18	LEVENDE BY 365



UD OVER VOLDENE er en strategi, bestilt af VisitFredericia på vegne af Fredericias Kommunes Bosætnings- og Turismeudvalg. Strategiens rådgiverteam har refereret til en styregruppe bestående af private og kommunale turismeinteressenter fra Fredericia. Grafisk design: Group NAO. Rapportens indhold kan kun reproduceres og deles i sin helhed eller delvis med udtrykkelig kildehenvisning og kreditering af projekterne samt Group NAO. **Publiceret juni 2023.**

DEL 1 MISSION



FORORD

Velkommen til Fredericia Kommunes nye turismestrategi Ud over Voldene. Det er en strategi, som skal inspirere til samarbejde og sætte retning for fremtiden, og samtidig sikre, at Fredericia får det bedste ud af turismen. Turismestrategien er blevet til i tæt samspil med Fredericia Kommunes Vision2033.

I Fredericia Kommune tror vi på, at turismen kan gøre byen bedre. Som katalysator for det lokale by- og kulturliv og som kilde til økonomisk vækst, bosætning og livskvalitet.

I turismens ånd er det ikke noget, vi gør alene, men i fællesskab. Vores succes hviler på tæt samarbejde mellem byens turisme-, erhvervs- og kulturaktører, foreningsliv og lokale ildsjæle. Og den skal være rodfæstet i en fortsat åben dialog med byens borgere om hvad, der skaber livskvalitet i vores by. I alt har over 80 borgere, 220 gæster og ca. 30 turismeaktører bidraget til strategien med tanker, ideer og drømme for Fredericia.

Fredericias turismeindsats er som noget nyt organiseret i tre søjler, som hver bidrager med stærke kompetencer og fælles ansvar for fremtiden.

VisitFredericia står i spidsen for markedsføring og udvikling af den danske ferieturisme og den fælles branding af Fredericia. Kommunen har samtidig indgået samarbejde med Business Fredericia om at udvikle erhvervsturismen som del af vores erhvervsfremmeindsats. Og senest er Fredericia indtrådt i Destination Trekantområdet, som vil løfte den internationale markedsføring på udenlandske nærmarkeder.

Med den nye organisering har vi et stærkt fundament for at tiltrække flere internationale gæster til byen, for at videreudvikle Fredericia som mødested for erhvervsturister og for at styrke Fredericia som attraktivt besøgsmaal for resten af Danmark.

Det er nu tid til, at Fredericia kommer ud over voldene, og vi håber at denne strategi vil blive læst og brugt som et dynamisk værktøj, der dels sætter retning og rammer, men som også inviterer til fortsat samtale om fremtidens turisme i vores by.

God læselyst!

Bosætnings- og Turismeudvalget

OVERSIGT OVER STRATEGIEN

FÆSTNING, FRIHED & FÆLLESSKAB*

VORES MISSION

BEDRE BY MED
TURISME 😊

5 STYRENDE PRINCIPPER

1. Turisme skal gøre byen bedre
2. Turisme er en holdsport
3. Autentisk og tro mod vores værdier
4. Ansvarlig og bæredygtig turisme
5. Det lange, seje træk

4 STRATEGISKE SPOR

INITIATIVER

1. FÆLLES OM TURISMEN

- Netværk for kultur & turisme
- Data & videndeling
- Styrket kommunikation
- Byen som mødested
- Partnerskaber & projekter

2. UD OVER VOLDENE

- Fokus på Fredericias kernefortællinger
- Destinationssamarbejde i Trekantområdet
- Mere for resten af Danmark

3. GRØN OG BÆREDYGTIG

- Udvikling af natur- og outdoortilbud
- Naturpark Lillebælt
- Det bæredygtige valg
- Grønne kompetencer
- Styrket frivillighed

4. LEVENDE BY 365

- Bidrag til byens eventstrategi
- Aktuel eventkalender
- Begivenheder med brandingværdi
- Det gode værtskab

DEL 1

MISSION

VisitFredericias mission udspringer direkte af troen på turismen som en værdiskaber og løftestang for fremtidens byudvikling.

Turismen er vigtig for at skabe vækst og beskæftigelse i vores by, men det bør ikke alene være formålet med vores indsats. Turismen kan være med til at understøtte vores kulturliv, vores foreninger og fritidsliv og den kan være med til at udbrede fortællingen om vores unikke livskvalitet her i Fredericia, i vandkanten af Lillebælt, midt i Danmark.

Endelig finder byens turisme jo sted lige der, hvor vi bor og ikke i et lukket reservat. Derfor er turismen et emne, som angår os alle, og derfor skal den være bæredygtig i alle ordets betydninger.

Missionen henter sin energi fra de mange lokale ambitioner, håb og drømme for Fredericia, der er kommet til udtryk gennem strategiprocesen. I alt har over 80 borgere, 220 gæster og ca. 30 turismeaktører bidraget til strategien med deres tanker, ideer og drømme for Fredericia.

BEDRE BY MED TURISME

Vores mål er fælles stolthed og livskvalitet i Fredericia.

Vi arbejder for en åben, grøn og levende fæstningsby.

Vi bidrager til stærke kultur- og naturoplevelser, liv i gaden og mindeværdige kvalitetsoplevelser for alle, året rundt.

Vi formidler Fredericias stærke fortællinger og skæve historier, som kan gøre Fredericia mere kendt, besøgt og elsket udenfor Voldene.

VisitFredericias mission

5 STYRENDE PRINCIPPER

På baggrund af strategiprocesen har vi formuleret fem styrende principper, som skal vejlede vores arbejde med at skabe en bedre by med turismen. Det er værdibaserede principper, som også står, når omverdenen forandrer sig, og handleplaner må genbesøges.

1. Turismen skal gøre Fredericia til en bedre by

Turisme kan og skal gøre Fredericia til et bedre sted at bo, arbejde og besøge. Vi ser ikke turisme som et mål i sig selv, men et middel til at skabe vækst, lokal stolthed og udvikling i vores lokalsamfund. Turismen skal bidrage med mere end den tager og tilføre værdi til vores økonomi og kulturliv, byens fællesskaber, og livskvalitet.

2. Turismen er en holdsport

Turismen skal være en integreret del af den generelle by-, kultur- og erhvervsudvikling. Samarbejde er afgørende for at skabe attraktive og sammenhængende kvalitetsoplevelser i Fredericia. De bedste gæsteoplevelser skabes i samspil mellem byens aktører, i samarbejdet mellem offentlige og private virksomheder og i mødet mellem gæsten og borgerne.

3. Autentisk og tro mod vores værdier

Fredericias unikke stedsfortællinger skal være kernen i vores turismeudvikling. Fredericia er Danmarkshistorie, en fæstningsby og fristad, historisk set en "sort industriby" og nu en moderne, grøn erhvervsby i bevægelse, tæt på natur og bælt.

Sammen med vores levende by- og kulturliv er det Fredericias stedsDNA, som giver energi og retning til nye drømme for fremtiden.

4. Ansvarlig og bæredygtig turisme

Fredericias turismeudvikling skal være mere bæredygtig - økonomisk, socialt og miljømæssigt. Vi vil være skarpe på, hvor Fredericia kan noget særligt som grøn og bæredygtig oplevelsesdestination: *Naturpark Lillebælt, (grøn) erhvervs-turisme samt outdoor- og naturoplevelser med respekt for naturen*. Vi vil arbejde for at understøtte Fredericias stærke værdier som handler om frihed, inklusion og mangfoldighed.

5. Det lange seje træk

Vi tror på at tage det lange seje træk i turismeudviklingen. Det tager tid at skabe nye velfungerende samarbejder, en tydelig position i markedet og et øget kendskab til Fredericia som besøgsål. Vi tror også på, at det lange seje træk skal være sjovt, krævende, givende og lærerigt. Vi vil tage ved lære af vores egne og andres erfaringer, og gå nysgerrigt og eksperimenterende til fremtiden.

FÆSTNING, FRIHED & FÆLLESSKAB

Et væsentligt fokus i arbejdet med denne strategi har været at finde frem til en værdibaseret fortælling om Fredericia, som vi kan lægge til grund for vores kommunikation til omverdenen.

Det er vigtigt, fordi vi mener, at den fremtidige markedsføring og udvikling af Fredericia som besøgsål nødvendigvis bør tage udgangspunkt i vores fælles historie, livsværdier og særegne fortællinger for at være autentisk og troværdig for både vores gæster og for os selv.

Derfor har vi i løbet af projektet inddraget op mod 80 borgere, 220 gæster og ca. 30 turismeaktører i samtalen om, hvad der kendetegner os som byfællesskab. Essensen af alle disse samtaler er, at livet i Fredericia handler om **fæstning, frihed, fællesskaber**.

Disse tre ord har vi identificeret som centrale i fortællingerne om, hvad der er vigtigt for borgerne og turismen i byen. Herudover har vi fundet og formuleret 7 særegne fortællinger, som tilsammen udgør aspekter af vores kernefortælling, som var de kapitler i en bog.

De 7 fortællinger er:

1. EN BY I BEVÆGELSE
2. MIDT I DET HELE
3. FÆLLESKABERNES BY
4. FÆSTNINGSBY OG FRISTAD
5. LILLE STOR BY
6. GRØN I HJERTET AF DANMARK
7. DEN KREATIVE SCENEKUNST

Fortællingerne uddybes i del 3, og er kort illustreret i fortælletræet på næste side. Det er tanken, at de 7 fortællinger tilsammen skal sætte retning og ramme for de kommende års kommunikation til både Danmark og til vores udenlandske turismemarkeder.

DEL 1 / FREDERICIAS 7 FORTÆLLINGER (se mere i del 3).

BY I BEVÆGELSE

Fredericia er en dynamisk by med lyst til fremtiden. Kanalbyen har skabt en ny rekreativ bydel og smuk havnefront, det nye fæstningscenter er på vej med store oplevelser. Hotellerne udvider, og der foretages store investeringer i fremtidens grønne energiforsyning og klimaløsninger. (Power to X).

MIDT I DET HELE

Midt i Danmark. Midt i Lillebælts natur. Midt i teater og musikkulturen. Midt i begivenhederne. Midt i historien – mellem fortid og fremtid. Midt i landets væksterhverv. Og lige midt i Danmarks oplevelseslandskab.

FÆLLESSKABERNES BY

Byens fællesskaber tilbyder samvær, oplevelser og livskvalitet til alle. Vi har fællesskaber, der favner og griber dem, der har det svært. Fællesskaber, som gør os stolte af vores by.

DEN KREATIVE SCENEKUNST

Vi er byen med teater, musicals og scenekunst i topklasse. Fredericias teateruddannelse, teatervenues og musikscener giver Fredericia både kant og kærlighed med kunstnerisk og kreativ udfoldelse og oplevelse.

FÆSTNING, FRIHED & FÆLLESSKAB

LILLE STOR BY

Fredericia er en lille stor by i menneskelig skala, hvor man kender mange, men altid kan møde nye. Der er gang i gaden og natten, (Michelin-) restauranter og handel, uddannelser, erhverv, møder og konferencer, kultur og foreninger.

FÆSTNINGSBY & FRISTAD

Vi er formet af næsten 400 års dansk fæstnings- og krigshistorie, og har et af Nordens bedst bevarede fæstningsanlæg. Vi er historisk fristad for tro, handel og anderledes tænkende.

GRØN I HJERTET AF DANMARK

Fredericia er en naturskøn plet midt i hjertet af Danmark og midt i Naturpark Lillebælt hvor by, vand, skov og strand mødes. Områdets storslåede naturskønhed er kilde til lokal stolthed, stor kærlighed til området og glæde ved de mange oplevelser naturen giver byens borgere og besøgende.



DEL STRÅL SPOR LUTSKE

FIRE STRATEGISKE SPOR

Med denne strategi tegner vi fire strategiske spor mod en bedre by med turismen. De fire spor henter retning fra de stedsfortællinger og de ambitioner, der er fremkommet i strategiprocesen. Indenfor hvert spor har vi formuleret indsatsområder, der rækker længere frem i tiden og konkrete aktiviteter for det kommende år.

Som vi har erfaret, er fremtiden uforudsigelig. Derfor præsenterer denne strategi heller ikke en detaljeret 3-års plan med alt på faste pladser. Vi forventer og håber at blive klogere, i takt med at turismesamarbejdet i byen udfolder sig.

De fire spor er derfor tænkt som bevægelige rettesnore, hvorunder de konkrete indsatser og aktiviteter kan ændres efter behov.

- 1. FÆLLES OM TURISMEN**
- 2. UD OVER VOLDENE**
- 3. GRØN OG BÆREDYGTIG TURISME**
- 4. LEVENDE BY 365**

SPOR 1: FÆLLES OM TURISMEN

MÅL: VI SKAL STYRKE TURISMESAMARBEJDET

Ingen turistedestination er stærkere end det samarbejde, den står på. Vi er en lille by med stærke fællesskaber og god tradition for samarbejde, men vi kan blive bedre til at mødes i turismens krydsfelt mellem kultur, natur og erhverv – kort sagt alt det, som bidrager til oplevelsen af Fredericia som by, hvor livskvalitet er noget vi fejrer i fællesskab.

VISITFREDERICIAS ROLLE

Vi skal populært sagt være "turismens samtalekøkken" – stedet, hvor alle byens aktører samles om at koordinere og udvikle Fredericias oplevelseslandskab.

HVAD SKAL DER SKE?

- 1. BYENS NETVÆRK:** Sammen med blandt andre Business Fredericia og Destination Trekantområdet vil vi etablere forskellige netværkssamarbejder for alle byens ildsjæle, virksomheder og turismeaktører. Netværket skal være for alle aktører, offentlige, private, foreninger og frivillige kræfter, som har en interesse i Fredericia som turisme- og kulturby. Netværket skal mødes 3-4 gange årligt til temamøder, trendseminarer, *master classes*, konferencer og sociale sammenhænge, hvor målgruppen for mødet skifter efter indhold og behov.
- 2. DATA OG VIDENDELING:** Vi vil løbende indsamle data og dele viden om byens turisme gennem gæsteundersøgelser, temperaturmålinger blandt byens oplevelsesproducenter og overnatningssteder, formidling af rejseanalyser mv. Konkret vil vi investere i VisitDenmark rapporten, *Turismens økonomiske betydning i Fredericia*. Vi vil lancere et koncept for gæsteanalyser og vi vil udvikle "Turismen i Fredericia" som en let tilgængelig minirapport med centrale indsigter om byens besøgsøkonomi.

SPOR 1: FÆLLES OM TURISMEN (fortsat)

3. STYRKET KOMMUNIKATION: Vi vil styrke turisme-samarbejdet i Fredericia med bedre og bredere netværkskommunikation. Vi vil kommunikere mere, bedre og hyppigere til alle byens aktører i væsentlige kanaler som LinkedIn, Facebook, direkte nyhedsbreve og fra VisitFredericia.dk.

4. STYRKE BYEN SOM MØDESTED: Vi arbejder tæt sammen med Business Fredericia og Experience om at udvikle byens erhvervsturisme. Vi har et særligt og fælles fokus på synergien mellem ferie- og erhvervsturismen og at gøre byens oplevelsesmuligheder en del af det samlede værditilbud til erhvervsturisterne.

5. PARTNERSKABER OG UDVIKLINGSPROJEKTER: Det er vigtigt, at Fredericia fremover får en større andel i de udviklingsmidler, som fra tid til anden kan søges fra offentlige kilder og almennyttige fonde. Det er eksempelvis midler til udvikling af digitale løsninger og værktøjer, metoder til grøn omstilling og bæredygtig turisme, place making og fysisk infrastruktur, videnssamarbejde mv.

Sammen med Business Fredericia vil VisitFrederica nedsætte en uformel arbejdsgruppe, som skal opsøge og udnytte mulighederne for at opnå medfinansiering til udviklingsaktiviteter. Det vil givetvis ofte ske i samarbejde med vores nabokommuner, Naturpark Lillebælt, med Destination Trekantområdet, Bridgewalking, Fredericia Musicalteater m.fl. Helt konkret vil vi fortsætte vores aktive engagement i projekter som:

- **Projektet Regenerativ turisme på verdenskortet** med Destination Trekantområdet og Naturpark Lillebælt
- **Bridgewalking:** Vi deltager i oplevelsesudviklingen *De Næste 100 år* omkring Lillebælt med Middelfart Kommune og Bridgewalking.
- **Let's Meet Again** med fokus op international erhvervs-turisme med Destination Trekantområdet og Visit-Herning.

SPOR 2: UD OVER VOLDENE

MÅL: VI SKAL UD OVER VOLDENE

Det er blevet meget klart i arbejdet med denne strategi, at mange ønsker, at Fredericia blive mere synlig og inviterende som destination og som by. Vi skal positioneres som et attraktiv rejsemål for danske og udenlandske gæster, hvad enten det er ferie- eller erhvervsformål. I den forbindelse spiller det nye destinationssamarbejde med Destination Trekantområdet også en central rolle.

VISITFREDERICIAS ROLLE

Det er en kernemission for VisitFredericia at få byens styrkepositioner, fortællinger og fejringer gjort synlige og inviterende for resten af Danmark og på vores nærmarkeder.

HVAD SKAL DER SKE?

- 1. FOKUS PÅ BYENS FORTÆLLINGER:** VisitFredericia har et stort ansvar for at udvikle og formidle Fredericias kernefortælling og budskaber til omverdenen. Kernefortællingen, som er foreslået i denne strategi er kun begyndelsen og den skal helst fungere som fundament for byens fælles kommunikation. Men den kan naturligvis ikke stå alene og den må aldrig blive statisk. Kernefortællingen er langt fra den eneste fortælling fra Fredericia. Bysamfund som Fredericia er mangfoldige og dynamiske, og det er vores opgave at formidle byens sjæl og liv i en form, som er inviterende og altid aktuel for byens gæster.

VisitFredericia skal være den drivende kommunikatør af kernefortællingen til såvel byens egne kommunikationspartnere som til journalister, influencere, mediekanaler, sociale medieplatforme mv.

At formidle byens fortællinger og oplevelser er en løbende opgave, som vi skal løse i samarbejde med blandt andre Business Fredericia, Experience Fredericia, Destination Trekantområdet og byens øvrige aktører.

SPOR 2: UD OVER VOLDENE (fortsat)

2. DESTINATIONSSAMARBEJDET I TREKANTOMRÅDET:

Fra 2022 er Fredericia indtrådt i samarbejdet omkring Destination Trekantområdet, hvilket bl.a. giver helt nye muligheder for at opnå synlighed på vores nærmarkeder med koordineret og professionel markedsføring. Destinationssamarbejdet er samtidig adgangsbillet til at søge medfinansiering fra nationale puljer til destinationsudvikling, som kan handle om alt fra grøn omstilling, kompetence-udvikling til digitalisering af turismen.

Vi kan gøre en forskel i destinationssamarbejdet ved at:

- **Producere indhold:** Vi vil producere content fra Fredericia i form af tekst, billeder og film til fælles kampagner, SoMe-kanaler mv.
- **Initiere og håndtere pressebesøg:** Vi vil initiere og håndtere besøg fra medier og influencers til Fredericia gennem samarbejdet med Destination Trekantområdet og VisitDenmarks markedskontorer.

- **Synlighed på nærmarkeder:** VisitFredericia skal være en aktiv deltager i den fælles destinationsmarkedsføring på hjemmemarkedet samt vores nærmarkeder – og især i Tyskland. Vi vil have naturligt fokus på synlighed og formidling af Fredericias oplevelsestilbud og styrkepositioner.
- **Facilitere udviklingsprojekter og investeringsfremme:** Sammen med Business Fredericia og Destination Trekantområdet skal vi sikre, at Fredericia er fremme i skoene når det gælder puljer til investeringsfremme og innovationsprojekter mv.

3. MERE FOR RESTEN AF DANMARK: Meget tyder på, at Fredericia som ferierejsemål er mest populær i vores nærområde med flest gæster fra oplandet og de omkringliggende kommuner. Men vi ønsker også at være mere for resten af Danmark. Vi vil derfor arbejde målrettet for udbrede kendskabet til Fredericias som feriested.

SPOR 3: GRØN & BÆREDYGTIG

MÅL: FLERE GRØNNE OG BÆREDYGTIGE OPLEVELSER

Lillebælts naturskønhed og Fredericias bynære naturoplevelser tilfører området en stor livskvalitet, men rummer også et stort, uudnyttet oplevelsespotentiale som i lang højere grad bør aktiveres. Vi skal derfor arbejde for at få mere ud af kommunens unikke naturoplevelser i konkrete oplevelsesmuligheder for borgere og besøgende.

VISITFREDERICIAS ROLLE

Visitfredericia bidrager til at udvikle og formidle grønne natur- og outdooroplevelser med respekt for områdets natur og et Lillebælt i balance. I forlængelse heraf vil vi facilitere en mere bæredygtig turismeudvikling på både udbudssiden og efterspørgselssiden, hvor vi kan formidle de bæredygtige valg til byens besøgende.

HVAD SKAL DER SKE?

- 1. UDVIKLING AF NATUR OG OUTDOOR:** Vi skal styrke vores lokale udviklingsamarbejde omkring Fredericias natur og outdooroplevelser. VisitFredericia vil derfor tage initiativ til tværfaglige samarbejder internt i kommunen med henblik på sparring, synergi, ideudvikling, kommunikation og inspiration.
- 2. MERE NATURPARK LILLEBÆLT:** Naturpark Lillebælt har et stort og uudnyttet oplevelsespotentiale både på, ved, over og under vandet. Vi vil derfor arbejde aktivt for at udfolde Naturpark Lillebælts grønne og bæredygtige oplevelsespotentiale i både kommunikation og oplevelsesudvikling.

SPOR 3: GRØN OG BÆREDYGTIG

(fortsat)

3. DET BÆREDYGTIGE VALG: På efterspørgselssiden vil vi fokusere på bæredygtige valg og oplevelser i vores markedsføring, turistinformation og service til byens gæster. På vores digitale platforme vil vi tematisere bæredygtige, lokale og sociale og kulturelle tilbud.

4. GRØNNE KOMPETENCER: På udbudssiden kan vi givetvis lære meget af andre destinationer, som har arbejdet målrettet med bæredygtighed i leverancen og markedsføring af oplevelsestilbud, overnatning, restaurationsdrift mv.

Derfor vil VisitFredericia sammen med bl.a. Business Fredericia og Destination Trekantområdet tage initiativ til netværksaktiviteter med byens kultur- og turismeerhverv, som sætter bæredygtighed på dagsordenen. Det kan eksempelvis handle om bæredygtigt adfærdsdesign, grøn certificering, cirkulær virksomhedsdrift, madspild, information om tilskudsordninger, socialt ansvar, energieffektivisering mv.

5. STYRKET FRIVILLIGHED: Turisme fungerer bedst med lokalt engagement og ejerskab. Samtidig tilbyder turisme og kultur muligheder for frivillighed og deltagelse, som er værdifuld for såvel besøgende, byen som de frivillige selv. VisitFredericia vil derfor fortsat arbejde med at styrke frivilligheden i byens turisme- og kulturliv. Det kan både ske ved, at turismen arbejder for byens frivillige netværk og omvendt: Med frivilligt engagement ved krydstogtanløb, kulturbegivenheder, naturarrangementer mv.

SPOR 4: LEVENDE BY 365

MÅL: EN LEVENDE BY HELE ÅRET

Begivenheder, møder og events er en vigtig del af Fredericias identitet, attraktion og oplevelsestilbud. Events i sport, kultur, politik, uddannelse og erhverv er anledninger, hvor vi kan fejre byen, vores kompetencer og historie - og invitere omverdenen til at være med. Vi ser events og lokale begivenheder som en kilde til at skabe et attraktivt byliv året rundt til glæde for både for gæster og borgere.

VISITFREDERICIAS ROLLE

Vi skal være opsøgende og aktive i samarbejdet med alle relevante aktører i kultur- og erhvervslivet om at tiltrække og afvikle flere begivenheder i Fredericia - og vi skal bidrage til, at begivenhederne kommer ud over voldene; at vores omverden bliver inviteret med. Vi vil bidrage med vores viden, service og kommunikation til de events, der finder sted i vores by.

HVAD SKAL DER SKE?

Fredericia Kommune har med Kultur- og idrætsudvalget i spidsen taget initiativ til at udvikle en fælles sport- og eventstrategi, der sætter rammer og retning for fremtidens eventudvikling i Fredericia. VisitFredericia bidrager til byens eventudvikling med følgende:

- 1. VIDEN OG IDEER TIL EVENTARBEJDET:** Vi bidrager aktivt til udviklingen af den nye eventstrategi med viden, ideer og indhold. Vi vil have et naturligt fokus på turisternes efterspørgsel, sammenhæng til kernefortællingen og attraktionsværdien for gæster udenfor Voldene.
- 2. AKTUEL EVENTKALENDER:** Vi driver eventkalenderen som go-to-platform for alle Fredericias events og begivenheder på tværs af kultur-, turisme- og idrætsområdet. Vi vil arbejde for at udbrede kalenderen både indenfor og udenfor Voldene med relevant, aktuelt og dækkende indhold, som kan inspirere flere til at besøge Fredericia.

SPOR 4: LEVENDE BY 365

(fortsat)

3. BEGIVENHEDER MED BRANDINGVÆRDI: Vi arbejder strategisk med en eventudvikling der i højere grad tager udgangspunkt i Fredericias særlige identitet, lokale stedsfortællinger og oplevelsesudbud. Events, der kan bidrage til at brande Fredericia som et godt sted at leve og bo, og som potentielt udgøre tilbagevendende signaturevents for byen. Vi skal ikke have events bare fordi vi kan eller får tilbud om værtsskab, men fordi de tilfører værdi til byen og byens gæster og borgere.

4. DET GODE VÆRTSKAB: Vi bidrager til den gode gæsteoplevelse og til at facilitere og orkestrere de forskellige events byen allerede har med alt fra planlægning og skiltning til guidekorps og kommunikation. Vi ønsker, at gøre det let for vores aktører og eventarrangører at udvikle og afvikle events i byen og tilbyde sammenhængende kvalitetsoplevelser til vores gæster.

Vi tilbyder vores gæster lettilgængelig og aktuel information om Fredericias oplevelser både i print og digitalt. Vi fortæller historier og viser vej med audio guides, podwalks og wayfinding. Vi pynter byen op til store og små begivenheder, så både gæster og borgere føler sig velkomne.

Vi vil have et særligt fokus på at styrke sæsonspredningen med events og begivenheder, der ligger udenfor højsæsonen og dermed bidrage til at skabe et levende byliv hele året. Flere aktiviteter udenfor højsæsonen vil løfte oplevelsestilbuddet ikke kun til borgere og feriegæster men også til de erhvervsturister, der ofte besøger byen på andre tidspunkter end de varme sommermåneder.

