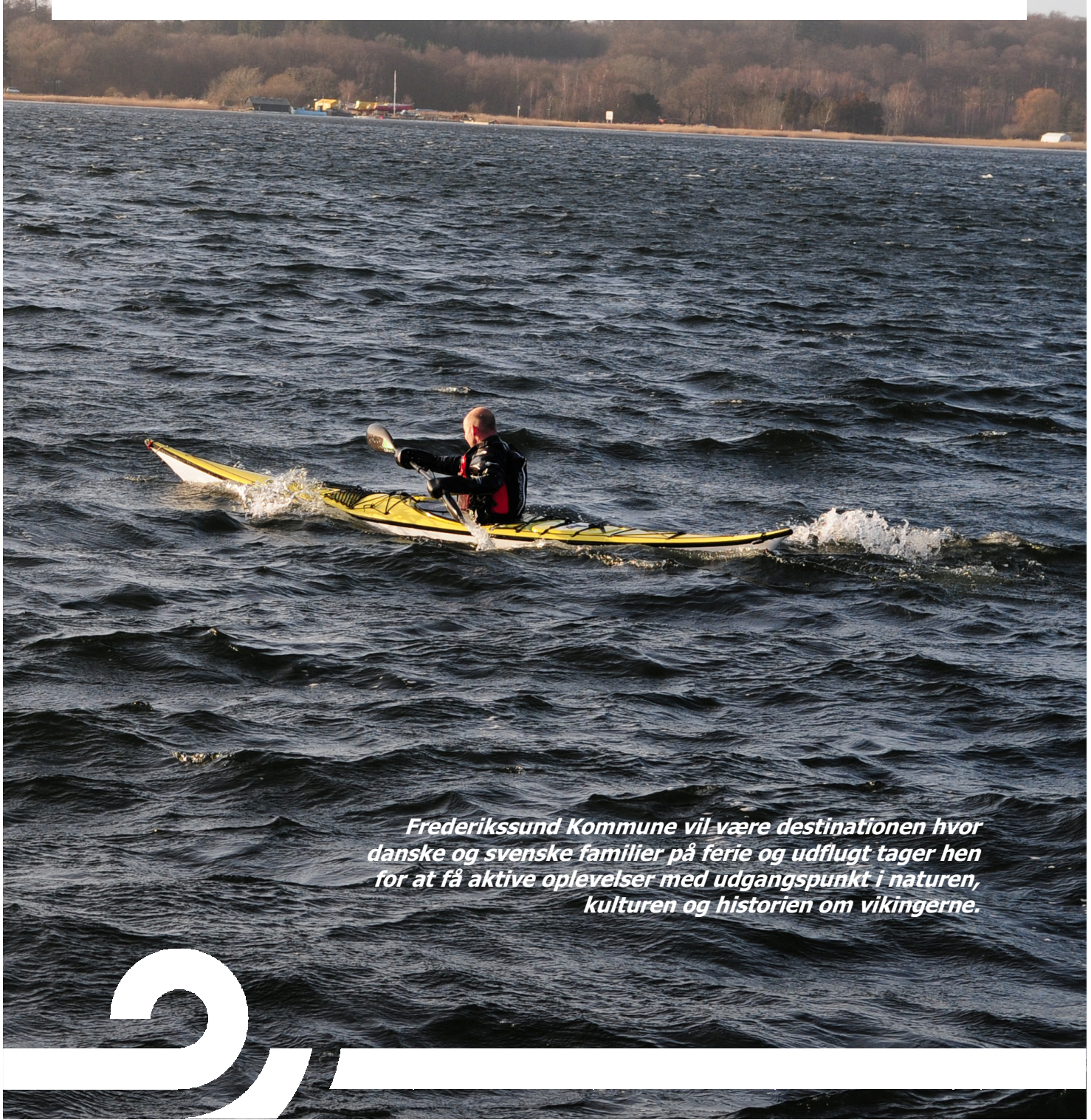


# Turismestrategi 2013-2020



*Frederikssund Kommune vil være destinationen hvor danske og svenske familier på ferie og udflugt tager hen for at få aktive oplevelser med udgangspunkt i naturen, kulturen og historien om vikingerne.*



---

# Forord

## Baggrund

Byrådet har som en del af budgetaftalen for 2013 besluttet, at udvikling af en egentlig turismestrategi skal have særlig prioritet i 2013. Af budgetaftalen fremgår det således:

”Der skal udarbejdes en flerårig strategi for turismeudviklingen i Frederikssund Kommune. Vikingetemaet vil være et blandt flere væsentlige temaer i strategien, og det skal indgå hvorledes dette kan udnyttes til gavn for den samlede turismeudvikling i Frederikssund Kommune. Der skal endvidere indgå en analyse af de eksisterende faciliteter på Kalvøen med en vurdering af, i hvilket omfang der kan/skal ske en opgradering af disse.”

## Organisering

Frederikssund Kommune har et tæt samarbejde med det lokale erhvervsliv om udviklingen af kommunen. Samarbejdet er organiseret i Frederikssund Erhverv som på vegne af kommunen står for erhvervsservice, erhvervskontakt og turismeindsats. Kommunens rolle er at være myndighed, skabe rammer samt understøtte de lokale aktører i forhold til lovgivning, tilladelser mv.

Kommunen og FE har et tæt, konstruktivt og udviklende samarbejde med de lokale turismeaktører på turismeområdet.

# Turismestrategi

Dette er en flerårig turismestrategi for Frederikssund Kommune for perioden 2013-2020. Strategien revideres efter 4 år.

Strategien er udarbejdet med afsæt i kommunens karakteristika, styrker, aktiviteter og initiativer.

Strategien tager afsæt i den overordnede vision for Frederikssund Kommune: *"Kommunen skal være en stærk, bæredygtig og udviklingsorienteret del af Hovedstadsregionen, og et centrum for udvikling af spændende bo-områder og erhvervsudvikling."*

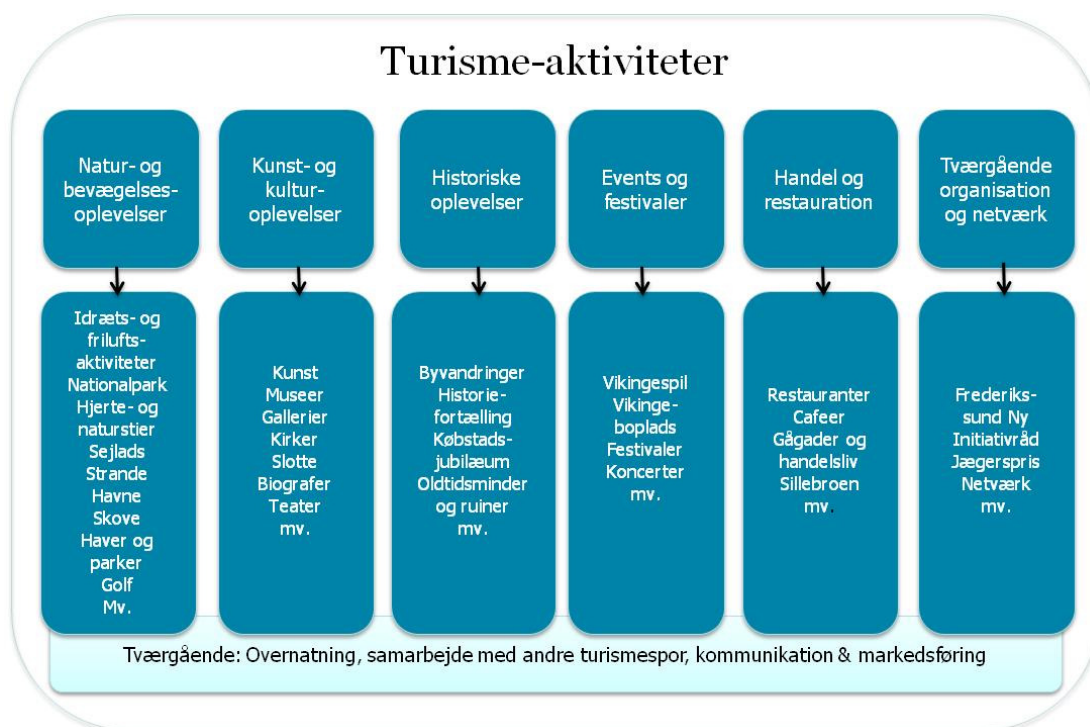
Med strategien ønsker vi at anvende de styrkepositioner, vi allerede har og dyrke dem til gavn for både borgere og turister.

Vores udgangspunkt er, at:

**Turismestrategien skal være til glæde for både borgere og turister. De aktiviteter, vi skaber for vores borgere, skal også kunne anvendes af turister, ligesom de aktiviteter, vi skaber for turister, også skal kunne anvendes af vores borgere.**

## Turismeaktiviteter

Vi har kortlagt turismen i Frederikssund Kommune og resultatet viser, at udbuddet af turismeaktiviteter er stort. Kortlægningen har taget udgangspunkt i 6 udvalgte spor samt et tværgående spor:



---

## Turismeforbrug

Turismeforbruget i Frederikssund Kommune er kendetegnet ved, at det hovedsageligt er danske turister (lige over 60 procent), der enten er på endagsferie eller ejer eget feriehus. Det er reflekteret i et langt større turismeforbrug i detailhandlen (specielt føde- og drikkevarer).

Detailhandlen aftager næsten halvdelen af turismeforbruget i Frederikssund ca. 49 pct.

Svenskerne er uden sammenligning de udenlandske turister, der forbruger mest i Frederikssund. Svenskerne står for cirka en fjerdedel af turismeforbruget, hvor nordmændene, tyskerne og hollænderne kun står for et par procent hver af turismeforbruget. Svenskerne udgør 26 pct. af turisterne i Frederikssund.

Turismen i Frederikssund vokser og ligger over landsgennemsnittet, men der er stadig plads til forbedringer. Turismeforbruget er steget med 6,9 pct. fra 2008-2010 - fra 514 mio. kr. til 550 mio. kr. Samtidig er turismeandelen steget fra 2,1 pct. til 2,4 pct. af det samlede udbud i kommunen. Det er over niveauet for hele landet (1,6 pct. i 2010) og Region Hovedstaden (1,7 pct. i 2010).

I Frederikssund dominerer ikke kommercielle overnatningsformer klart. Her udgør forbruget 432 mio. kr., hvilket svarer til 79 procent af det samlede forbrug. Folk i eget feriehus og endagsturister står for størstedelen af dette forbrug. Tilsammen står de to ikke kommercielle overnatningsformer for 55 procent af det samlede turismeforbrug.

Ses der på de kommercielle overnatninger er lejet feriehus med 38.359 overnatninger i 2011 den mest anvendte overnatningsform, skarpt efterfulgt af camping med 34.359 overnatninger. Hotel kommer ind på en tredjeplads med 27.456 overnatninger, 14.122 på ferie og 13.334 på forretning.<sup>1</sup>

## Målgrupper

Vi vil være stærke indenfor endagsturisme og familieturisme. Vi vil tiltrække flere af de turister, vi tiltrækker i dag.

Vores målgrupper er:

- Endagsturister (Frederikssund som udflugtsmål)
- Familier (tre generationer)
- Turister i feriehus (ejere og lejere) og campister
- Danske og svenske turister

## Vision

Vi ønsker at fremhæve kommunens styrkepositioner indenfor natur, kultur samt historien om vikingerne og gøre dem endnu bedre.

Vores vision er:

***Frederikssund Kommune vil være destinationen, hvor danske og svenske familier på ferie og udflugt tager hen for at få aktive oplevelser med udgangspunkt i naturen, kulturen og historien om vikingerne.***

---

<sup>1</sup> Turismens økonomiske betydning i Kongernes Nordsjælland, VisitDenmark, 2012.

---

## Langsigtede mål

Vores mål er at skabe vækst i turisterhvervet – midlet er udbredelse og forbedring af styrkepositioner, samarbejde og netværk. Herudover ønsker vi at brande Frederikssund som en attraktiv turist- og bosætningskommune.

### Mål:

Vi har som overordnet mål for turismeudviklingen, at den skal skabe øget beskæftigelse og øget omsætning.

### Delmål

For at nå ovenstående mål, er der to delmål, der skal opfyldes over de kommende år:

#### Flere turister:

***Vores mål er at øge andelen af danske og svenske turister samt endags – og familieturister.***

Vi vil undersøge, hvem der kommer, hvad de søger og dyrke det.

#### Øget forbrug:

***Vores mål er, at forbruget for de kommercielle og ikke kommercielle overnatninger stiger.***

Stigningen i antallet af turister skal medvirke til at opnå et øget forbrug for kommercielle og ikke kommercielle overnatninger.

Da antallet af overnatningssteder i kommunen er begrænset, er det vores forventning, at forbruget stiger mest for de ikke kommercielle overnatninger.

Det er vores forventning, at forbruget vil stige mest indenfor detailhandlen og derfor er detailhandlen et vigtigt indsatsområde i turismestrategien.

I første del af strategiperioden vil vi fokusere på at gøre indsats og resultater målbare. Det skal afklares, hvad der helt konkret og meningsfyldt kan måles på, før måltallene for delmålene fastsættes.

## Indsatsområder

Vi har udpeget en række indsatsområder, som vi vil have fokus på fremadrettet for at tiltrække flere turister til kommunen.

Opsummerende vil vi have fokus på at:

- Styrke og videreudvikle de aktiviteter, vi allerede har
- Øge antallet af oplevelsesprodukter indenfor natur, kultur og historien om vikingerne
- Øge antallet af overnatningsmuligheder
- Understøtte og udvikle detailhandlen
- Formidle Frederikssund på den bæredygtige dagsorden
- Formidle Frederikssund som et attraktivt erhvervs- og bosætningsområde
- Understøtte de lokale netværk og samarbejder på tværs
- Arbejde for en højere grad af offentlig og private samarbejder
- Styrke turismeudviklingen gennem samarbejde med lokale, regionale og nationale fora
- Sikre gode rammebetingelser
- Understøtte og udvikle markedsføringen af Frederikssund Kommune

---

Vi prioriterer flg. indsatsområder med den nye strategi:

### **Aktive oplevelser i naturen**

Vi vil være et af de mest foretrukne turismesteder for turister, der ønsker aktive oplevelser i naturen. Vores unikke fjordlandskab med 2 af Danmarks største fjorde, vores smukke skove samt den kommende nationalpark Skjoldungelandet indbyder til aktive oplevelser og bevægelse i naturen. Vi vil derfor sætse på dem, der ønsker at være aktive i naturen.

I skovene, langs vandet og på Fjordstien er der rig mulighed for at gå, cykle, løbe, ride, dyrke fitness mv. Roskilde Fjord og Isefjorden er gode til mange former for sejlads, ligesom området ved Isefjorden er et oplagt sted for bl.a. kitesurfing. Vi har endvidere en stor golfbane i kommunen til glæde for de mange golf entusiaster.

Frederikssund er variationernes kommune, hvor turisterne aktivt kan udfolde sig i naturen og hvor børnefamilier kan bade på nogen af Danmarks mest børnevenlige strande – to af dem med blåt flag. Det varme badevand i Roskilde Fjord, gør det oplagt at kickstarte badesæsonen i Frederikssund. Vi kan tilbyde noget andet end badebyerne langs Sjællands nordkyst og Helsingør.

Vi vil arbejde for at øge antallet af oplevelsespakker i naturen, ligesom vi vil synliggøre de mange muligheder, der er i naturen. Naturen skal gøres mere tilgængelig via aktivitetsruter, stier, bedre skiltning mv. Vi vil forbedre forholdene på vores strande samt arbejde for at skabe mere liv i havnen i Frederikssund.

Vi er tæt på Roskilde og Lejre, der med deres natur og vikingetema er sammenlignelige med os. Vi vil derfor samarbejde mere med dem om at få skabt flere sammenhængende aktiviteter, der kan trække turister til. Samarbejdet er allerede begyndt med den kommende nationalpark, ligesom museet Færgesgården i Frederikssund er blevet en del af Roskilde Museum.

### **Udbredelse og udbygning af det rige kulturliv**

Frederikssund Kommune byder på et rigt og varieret kulturliv i form af Jægerspris Slot, Selsø Slot, Færgesgården, J.F. Willumsens Museum, teatre, vikingespil, musikfestivaler indenfor jazz, pop og rock mv.

Vi skal udbrede kendskabet til vores fysiske seværdigheder endnu mere. Vi skal samtidig sikre os en øget synlighed på de mange begivenheder, der foregår i vores kommune. Vi vil sikre et samlet overblik over begivenhederne. Det kan ske på kommunens hjemmeside via Kulturonaut, på [visitfrederikssund.dk](http://visitfrederikssund.dk), i sommerkalendere, i foldere, på plakater mv. og vi vil foretage en prioritering af de informationskanaler, der skal anvendes fremadrettet.

Vi har udarbejdet en eventmanual, som aktørerne kan følge, når de skal afholde større eller mindre arrangementer. Eventmanualen er tilgængelig på kommunens hjemmeside.

Vi vil understøtte de lokale aktører i at udvikle oplevelsesprodukter med afsæt i lokale begivenheder og seværdigheder. En del af de begivenheder, der allerede finder sted, kunne kobles sammen i større oplevelsespakker, ligesom de kunne kobles sammen med historiske fortællinger og oplevelser for børn og voksne.

---

## Udvikling af Vikingetemaet

Vikingetemaet er bærende i Nordeuropa. Det skal Frederikssund spille med på. I Frederikssund vil vi udnytte vikingepotentialet endnu bedre.

Frederikssund kan i dag tilbyde en lang række aktiviteter på vikingområdet. Vi har vikingebopladsen på Kalvøen, ligesom der hvert år spilles vikingespil med tilskuere fra nær og fjern.

Vikingsatsningen blev i 2013 udbygget med en vikingefejde ml. danske og svenske vikinger.

Vikingetemaet kan gå igen inden for alle områder, handel, spisesteder, overnatninger, natur mv.

Vi vil understøtte, at der bygges et koncept op for vores vikinger med afsæt i de styrkepositioner, vi allerede har. Det skal ske i tæt samarbejde med nationale og regionale fora. De lokale vikingektører er vigtige tovholdere på det.

## Et endnu rigere handelsliv

Vi har et rigt handelsliv i Frederikssund Kommune med gode shoppingmuligheder bl.a. i indkøbscentret Sillebrogade og vores hyggelige gågade. Vi har endvidere hyggelige spisesteder, biograf samt åbne biblioteker med fri internetadgang.

Det rige handelsliv skal udvikles endnu mere. Vi vil understøtte de initiativrige foreninger, der arbejder aktivt for at udvikle bylivet. Vi vil samtidig fortsat yde god erhvervsservice til de butikker, der ønsker at etablere sig eller udvikle deres forretning i kommunen.

## Et stærkt udflugtsmål

Frederikssund er i dag et yndet udflugtsmål for endagsturister. Vi ligger tæt på København. Det er nemt at komme til Frederikssund. Vi har gode offentlige transportmidler og S-tog direkte til Frederikssund centrum. Med tiden vil det være muligt at cykle hele vejen fra København til Frederikssund på den nye cykelsupersti. Vi har mange cykelstier, der gør det let at komme rundt i kommunen. Den kommende bro over Roskilde Fjord er endvidere med at forbedre adgangen til Frederikssund.

Vi vil arbejde for, at vi står endnu stærkere som udflugtsmål.

Vi vil målrettet kombinere det at være et stærkt udflugtsmål med vores ambitioner om bosætning. Vi vil etablere et showroom i Vinge, der kan formidle historien om et af Danmarks største byudviklingsområder og vi vil vise, hvordan borgere kan bo i Vinge – eller et af de andre steder i kommunen, hvor Fjordforbindelsen understøtter nye muligheder for spændende bosætning, midt i naturen og tæt på København.

## Flere overnatningssteder

Frederikssund Kommune har mange sommerhuse. Udlejningsprocenten for kommercielle udlejninger er dog lille – 0,6 pct.<sup>2</sup> Der er initiativrige folk, der arbejder på at øge udlejningen af sommerhuse i området.

Vi vil understøtte arbejdet med at skabe flere overnatningssteder i kommunen. Vi vil bl.a. arbejde for at forbedre mulighederne for camping, herunder

---

<sup>2</sup> Til sammenligning er udlejningsprocenten 1,0 pct. for Kongernes Nordsjælland med Fredensborg som topscorer med 1,6 pct. tæt forfulgt af Gribskov med 1,4 pct. (Turismens økonomiske betydning i Kongernes Nordsjælland, VisitDenmark, 2012.)

---

at der kunne etableres en plads til mobilhomes i kommunen.

### **Erhvervsturisme**

Frederikssund er stærk på den bæredygtige dagsorden. Det skal formidles stærkere og mere samlet.

Vi har – også globalt set - interessante steder at besøge. Som eksempler kan nævnes Solvarmeparken ved Jægerspris Kraftvarme og et af Danmarks største byudviklingsområder Vinge. Disse besøgssteder skal præsenteres samlet i katalogform.

I regi af dels Copenhagen Cleantech Cluster og dels af erhvervsturismepartnere skal vi formidle viden om vores besøgssteder og hjælpe med at organisere delegationsbesøg.

Særligt Vinge, vil i forbindelse med udbygningen, kunne opnå en stærk position. Dette skal anvendes til at tiltrække konferencer og målrettede aktiviteter i relation til bæredygtig byudvikling.

### **De bedste rammebetingelser**

I Frederikssund Kommune vil vi sikre, at rammebetingelserne er i orden. Vi vil løbende gøre en indsats for, at vores byrum er rare at være i, ligesom vi vil sørge for skiltning, vedligeholdelse af veje, stier, oprydning af strande mv.

Vi vil skabe oplevelser på naturens præmisser. Vi vil gå i dialog med de myndigheder, der administrerer planlov, naturbeskyttelseslov samt EU-direktiver og i et samarbejde med dem undersøge og anvende de muligheder, naturen skaber mere offensivt.

### **Øget markedsføring**

Markedsføring er til stadighed en vigtig opgave for at bringe turisterne til kommunen. Frederikssund Kommune har rigtig meget at byde på indenfor turismeområdet, men vi skal blive endnu bedre til at synliggøre det. Vi vil fortsat arbejde for at forbedre, prioritere og målrette vores markedsføring.

Vi har lanceret en ny udgave af [visit.frederikssund.dk](http://visit.frederikssund.dk). Der kunne med fordel udvikles en app i tilknytning til hjemmesiden. Tiltagene kunne udbygges med infotavler mv., ligesom brugen af de sociale medier bør tænkes ind.

Vi vil samtidig arbejde for, at erhvervet og turismens organisationer i højere grad tager ejerskab til dette.

### **Øget samarbejde og netværk blandt turismeaktører**

I Frederikssund Kommune er vi beriget med mange ildsjæle, der arbejder aktivt for at udbrede turismeerhvervet i Frederikssund. Vi er meget afhængige af disse ildsjæle. Vi kan ikke bære alle de aktiviteter, der skal være med til at udmønte strategien.

Vi vil facilitere netværk, hvor de lokale turismeaktører kan mødes og ideudveksle og skabe kontakter på tværs samt stå for koordinering og formidling. Vi vil skabe rammerne og understøtte de lokale turismeaktører i forhold til lovgivning, tilladelser mv. Vi vil sætte fokus på de initiativer, der kommer i mål med, og fejre succeserne undervejs.

Vi vil være behjælpelige med at skabe kontakt til erhvervslivet og arbejde for at få flere privat-offentlige samarbejder op at stå i forhold til de højest prioriterede aktiviteter indenfor turismeområdet. Vi vil medvirke til at skabe de stærke partnerskaber, der skal få aktiviteterne gennemført til gavn for turis-



---

men i Frederikssund.

### **Øget samarbejde med regionale og nationale fora**

Frederikssund Kommune er en del af Region Hovedstaden, ligesom vi har et samarbejde med Region Sjælland bl.a. om den kommende nationalpark Skjoldungelandet.

Det giver en række fordele, som vi klart skal udnytte. Det gælder både mht. indsatsområder og markedsføring.

Vi vil derfor koble os på nogen af de store satsninger, der foregår både på nationalt og regionalt plan.

## **Inspirationskatalog**

Strategien skal udmøntes i konkrete handleplaner på de enkelte områder.

Vi har indhentet ideer til aktiviteter, der kan fremme turismeudviklingen i kommunen. Ideerne er indhentet i 2013 på et dialogmøde med interessenter på området samt en temadag for Byrådet. Vi har endvidere afholdt bilaterale møder med interne aktører i kommunen.

Indsamlingen af ideer har taget afsæt i de samme turismespor som kortlægningen af eksisterende tiltag:

- Natur og bevægelse
- Kunst og kultur
- Historie
- Events og festivaler
- Handel og restauration
- Organisation og netværk

Ideerne er præsenteret i et inspirationskatalog. Det er ikke en facitliste. Det er et katalog, hvor der kan søges inspiration til turismeprojekter, som kan være med til at opfylde turismestrategiens mål.

**Frederikssund  
Kommune**

Udvikling  
Torvet 2  
3600 Frederikssund

Telefon 47 35 10 00  
Telefax 47 35 10 99

[www.frederikssund.dk](http://www.frederikssund.dk)

---