

Status på indsatsområder i turismepolitikken:

Historie – Vikinger & Verdensarv

Målsætninger: National og international forankring af den stolte fortælling om Roskilde Kommunes ubrudte historie fra vikingetiden over middelalderen og frem til i dag. Der skal med den historie skabes "reason to go", "reason to stay" og "reason to come back".

- **Mål:** Der skal igennem hele politikperioden være en stigning i antallet af besøgende turister, som kommer til Roskilde med henblik på at få denne fortælling.

Målemetode: Antallet af besøgende på Vikingeskibsmuseet, Roskilde Museum og i Domkirken skal forøges med minimum 10 % hvert år i løbet af politikperioden.

Status: I 2015 lå alle tre attraktioner på godt 10% stigning i besøgstal. I 2016 ligger Vikingeskibsmuseet og Domkirken på +4% mens ROMU ligger på +12%.

- **Mål:** Øge kendskabet til Roskilde Domkirke som UNESCO verdensarv hos lokale borgere, for derigennem at øge antallet af "ambassadører" for Roskilde

Målemetode: Ud fra måling primo hvert år (baseline), at øge kendskabet hvert enkelt år henover perioden.

Status: Der blev af økonomiske årsager ikke udarbejdet analyse i 2016, analysen bliver foretaget primo 2017.

Fjord og Natur

Målsætninger: At brande Roskilde Kommunes unikke natur og herigennem udvikle natur- og fjordoplevelser/produkter for turister, i alle aldre. Ligeledes er det en målsætning af styrke tværkommunalt samarbejde omkring udviklingen af turistoplevelser i forbindelse med den kommende nationalpark, herunder i samarbejde med bl.a. Lejre, Holbæk og Frederikssund.

- **Mål:** At tiltrække operatører/virksomheder, hvis fokus er fjord og naturoplevelser – f.eks. kajakudlejning, sejloplevelser, MBT ture mv.

Målemetode: I perioden at tiltrække min. 3 virksomheder

Status: Der er i øjeblikket dialog med fjordland.dk om etablering af et GoBoat-lignende projekt med udgangspunkt i Roskilde Havn, ligesom der i fjordlandssamarbejdet arbejdes på at tiltrække kajakudlejningsvirksomheder.

- **Mål:** *Udvikle produktpakker/events der inkluderer min. ét af de to andre indsatsområder – f.eks. open water stævner (svømning), cykel tours med fokus på vikinger mv.*
Målemetode: udvikle/tiltrække min. 10 produktpakker/events i perioden
Status: Det er endnu ikke lykkedes at udarbejde lokale produktpakker, der er dog i fjordlandssamarbejdet udarbejdet i alt 13 produktpakker, der alle er blevet udbudt i 2016 med begrænset succes. Markedsføringen af disse intensiveres i 2017.

Events – Nationale og Internationale

- **Målsætninger:** *Kombinationen af kommunens unikke tradition for frivillighed parret med lokale (sports)faciliteter, bygninger som i naturen, giver mulighed for at byde på afvikling af diverse sportsarrangementer, kræmmermarkeder, kulturarrangementer mv.*
- **Mål:** *At der tiltrækkes/skabes nye events og udvikling af de eksisterende events – som giver en positiv afsmitning på antal gæster til Roskilde.*
Målemetode: *Minimum 4 nye events i perioden med en samlet tiltrækningskraft på 8.000 besøgende til Roskilde.*

Status: Der er indtil videre blevet arbejdet på at tiltrække "event-trail" løb samt et Urban Run. I 2016 resulterede det i Strong Viking run på Milen med ca. 2.000 deltagere.
- **Mål:** *Udvikle events der inkluderer min. ét af de to andre indsatsområder ("Historie" og "Fjord og natur") – f.eks. cykel tours med fokus på vikinger open water stævner (svømning) mv.*
Målemetode: udvikle/tiltrække min. 4 events i perioden

Status: Der er endnu ikke tiltrukket nye events – der samarbejdes med Vikingesvøm med flere om udvikling af nye events.