

Evaluering af turistindsatsen i Roskilde Kommune

Notat

I dette notat leverer IRIS Group en række input til Roskilde Kommunes evaluering af det turistarbejde, som erhvervsFORUM Roskilde har varetaget for kommunen siden 2013.

Notatet skal bidrage til at skabe et kvalificeret grundlag for det kommende udbud af turistindsatsen i Roskilde, som forventes at blive afholdt medio/ultimo 2017, inden den nuværende treårige partnerskabsaftale mellem erhvervsFORUM Roskilde og Roskilde Kommune udløber ved udgangen af 2017.

Notatet er baseret på interview med nogle af de vigtigste turistaktører og interessenter, som er blevet udvalgt sammen med Roskilde Kommune¹. Derudover er der også gennemført et interview med erhvervsFORUM Roskilde med henblik på at kortlægge turistopgaverne og foreningens ressourceforbrug herpå.

Notatet handler ikke om, hvordan det går med at realisere de specifikke mål i den nuværende turismepolitik for 2015-2018. Derimod fokuserer notatet på at belyse de udvalgte aktørers ønsker og tilfredshed med kvaliteten, prioriteringen og organiseringen af turistindsatsen i Roskilde. Notatet består af følgende afsnit:

- Overblik over turistopgaverne og ressourceforbruget
- Roskildes turistmæssige styrker og svagheder samt trusler og muligheder
- Erfaringer og tilfredshed med varetagelsen af de lokale turistopgaver
- Fremadrettede behov og ønsker til turistindsatsen

¹ De interviewede aktører er Roskilde Handel, Roskilde Museum, Vikingeskibsmuseet og Roskilde Domkirke.

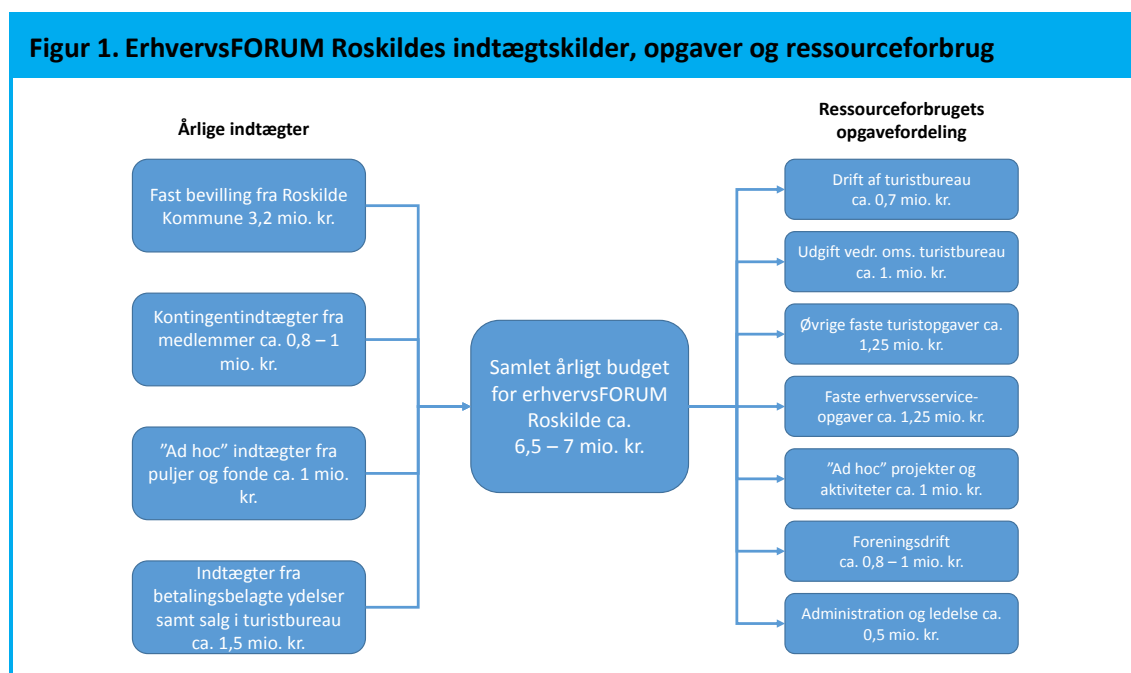
1. OVERBLIK OVER TURISTOPGAVERNE OG RESSOURCEFORBRUGET

ErhvervsFORUM Roskilde har som nævnt siden 2013 varetager en række turistopgaver for Roskilde Kommune, der i henhold til partnerskabsaftalen mellem de to aktører kan sammenfattes i følgende punkter:

- Facilitering af dialog mellem lokale turist- og kulturaktører med henblik på at skabe en fælles forståelse den eksterne kommunikation
- Udarbejdelse og implementering af en markedsføringsplan med udgangspunkt i input fra de lokale aktører
- Drift af turistbureauet, herunder ansvar for bemanningen
- Drift og udvikling af VisitRoskilde.dk

Udover turistopgaverne varetager erhvervsFORUM Roskilde også en række faste erhvervsserviceopgaver for kommunen som en del af den samlede partnerskabsaftale og den faste årlige bevilling fra kommunen på ca. 3.2 mio. kr. Endvidere gennemfører foreningen løbende forskellige pulje- og fondsfinansierede projekter plus en række medlemsrettede aktiviteter.

Figuren herunder giver et overblik over erhvervsFORUM Roskildes samlede årlige indtægtskilder, opgaver og ressourceforbrug².



² Det skal understreges, at figuren er baseret på erhvervsFORUM Roskildes egne oplysninger.

EhvervsFORUM Roskilde anvender i alt cirka 2 mio. kr. årligt på de direkte turistopgaver. Heraf bruges cirka 0,7 mio. kr. på drift af turistbureauet, og de resterende 1,25 mio. kr. anvendes bl.a. på VisitRoskilde.dk samt diverse markedsføringsaktiviteter og events.

2. DE TURISTMÆSSIGE STYRKER OG SVAGHEDER SAMT TRUSLER OG MULIGHEDER

De overordnede turistmæssige styrke, svagheder, trusler og muligheder for Roskilde, som turistaktørerne har fremhævet, er sammenfattet i figuren herunder.



Kilde: Interview med lokale turistaktører og desk research.

3. ERFARINGER OG TILFREDSHED MED DE LOKALE TURISTOPGAVER

Tabel 1 sammenfatter de interviewede aktørers erfaringer og tilfredshed med de turistopgaver, som erhvervsFORUM Roskilde har varetaget for kommunen gennem de seneste år.

Tabel 1. Sammenfatning af erfaringer og tilfredshed med de lokale turistopgaver

Opgavekategori	Erfaring og tilfredshed
<p>Facilitering af dialog mellem lokale turist- og kulturaktører</p>	<p>Blandt de interviewede turistaktører er der tilfredshed med erhvervsFORUM Roskildes facilitering og koordinering af dialogen mellem de lokale turist- og kulturaktører.</p> <p>Det bliver bl.a. fremhævet positivt, at erhvervsFORUM Roskilde omkring 2013/2014 – da foreningen overtog turistopgaverne – nedsatte en dialoggruppen sammen med de store turistaktører i byen. Derudover er der også en oplevelse af, at koordinering af dialogen mellem de lokale turistaktører er blevet yderligere styrket og forbedret inden for det seneste år. Og initiativet til at oprette en turistforening med en selvstændig bestyrelse i 2016 betragtes som et positivt bidrag hertil.</p> <p>Samlet set er der således gode erfaringer og tilfredshed med erhvervsFORUM Roskildes rolle som facilitator af dialogen mellem de lokale turist- og kulturaktører, og der er en oplevelse af, at alle de relevante aktører bliver inddraget og har mulighed for at komme orde gennem de løbende dialogmøder.</p>
<p>Markedsføring</p>	<p>Der er generelt ikke tilfredshed med den fælles markedsføring af Roskilde. Utilfredsheden skyldes dog i høj grad, at aktørerne ønsker flere kommunale midler at gennemføre fælles markedsføringsaktiviteter. Der er en oplevelse af, at det i høj grad er overladt til de enkelte turistaktører selv at afsætte ressourcer og gennemføre markedsføring. Og det resulterer i, at der udadtil ikke bliver lavet en samlet markedsføring og "fortælling" om Roskilde, hvilket bliver opfattet som en klar trussel og svaghed ved turistindsatsen i Roskilde (jf. figur 2).</p> <p>Nogle af de konkrete markedsføringsevents, som er gennemført af erhvervsFORUM Roskilde, bliver desuden kritiseret for, at de har fokuseret for meget på at skabe synlighed og opmærksom i Roskilde fremfor at være målrette tiltrækning af nye turister uden for byen.</p>
<p>Drift af turistbureauet</p>	<p>Fleere af de interviewede turistaktører giver udtryk for, at driften af turistbureauet beslaglægger en alt for stor andel de samlede midler, der er afsat til turistindsatsen i Roskilde (jf. figur 1). Kritikken går bl.a., at turistbureauet primært betjener de turister der allerede er kommet til byen, samt at det er udtryk for en meget traditionel tænkning og opfattelse af turistarbejdet. Eksempelvis nævnes det, at turisterne i Roskilde muligvis kunne betjenes og serviceres bedre via en "Roskilde app", der både kunne informere om seværdigheder, hjælpe som vejviser til seværdigheder, formidle tilbud osv.</p> <p>Af konkret forbedringsforslag til det eksisterende turistbureauet bliver det fremhævet, at medarbejderne i højere grad kunne fungere som videns- og kompetencepersoner for de lokale turistaktører. Herunder fx at informere om den nyeste viden, trends og analyser på turistområdet samt indsamle mere systematisk viden om turisterne i Roskilde.</p> <p>Endvidere stilles der spørgsmålstejn ved, om turistbureauet i tilstrækkelig grad formår at få turisterne til at benytte andre og flere forskellige oplevelser og tilbud i Roskilde i forbindelse med deres besøg.</p>

Drift og udvikling af VisitRoskilde.dk	De interviewede turistaktører har generelt ikke markante holdninger og forbedringsforslag til driften og udviklingen af VisitRoskilde.dk. En af de ting der nævnes er dog, at der stadig er potentiale for at gøre hjemmesiden mere bruger- og salgsorienteret. Men samtidig fremhæves det, at hjemmesiden generelt er "på rette vej" og fungerer bedre end tidligere.
-----------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Kilde: Interview med lokale turistaktører

4. FREMADRETTEDE BEHOV OG ØNSKER TIL TURISTINDSATSEN

De interviewede turistaktørers ønsker til den fremadrettede turistindsats i Roskilde Kommune kan sammenfattes i nedenstående fem punkter. De første tre punkter er primært rette mod Roskilde Kommune. De sidste to punkter handler derimod også om ønskerne til, hvordan den fremtidige turistoperatør bør udfylde sin rolle.

- **Ressourcemæssig opprioritering af turistindsatsen.** Flere af de interviewede aktører giver udtryk for, at de oplever, at der er en tendens til at "hvile på laurbærrene" i Roskilde, da mange af de store attraktioner og events i kommunen automatisk har tiltrukket mange turister til byen. Ifølge turistaktørerne har det betydet, at kommunen ikke har afsat tilstrækkelige ressourcer til turistarbejdet. Dermed risikerer Roskilde fremadrettet ikke at få udnyttet sit fulde turistmæssige potentiale, og at andre kommuner og destinationer "løber med opmærksomheden". Bl.a. bliver Helsingør og Kongernes Nordsjælland fremhævet som en væsentlig konkurrent for Roskilde i forhold til tiltrækning af turister.
- **Øget inddragelse af turistaktørerne i fastlæggelsen af turistindsatsen.** Nogle af de lokale turistaktører ønsker, at de i højere grad blev inddraget i fastlæggelsen af kommunens turistpolitik og de specifikke målsætninger. Der fremhæves bl.a., at kommunen oplagt kunne inddrage bestyrelsen i den nye turistforening som et slags advisory board.
- **Intet karv om bemanded turistkontor i partnerskabsaftalen med turistoperatøren.** Der er generelt tilfredshed med detaljeringsniveauet og indholdet i den eksisterende partnerskabsaftale mellem Roskilde Kommune og erhvervsFORUM Roskilde. Som nævnt i tabel 1 er der dog flere af turistaktørerne, som mener, at det er u hensigtsmæssigt at anvende en så stor andel af de samlede kommunale midler til at drive et fast bemanded turistbureauet, og at der ville være en større turistmæssig effekt ved eksempelvis at anvende flere midler på fælles markedsføring (jf. punktet herunder). Blandt flere af turistaktørerne er der således et ønske om, at en fremtidig partnerskabsaftale med turistoperatøren ikke indeholde et forpligtigelse til at drive et traditionelt og bemanded turistkontor.

- **Styrkelse af den fælles markedsføring.** Dette fremstår som det største ønske blandt de interviewede turistaktører – såfremt der er midler og ressource hertil. Det understreges i den forbindelse, at en stærkere markedsføring kræver, at indsatsen i højere grad end hidtil bliver baseret på en fælles og sammenhængende fortælling om Roskilde. Og herunder også en mere klar og bevidst strategisk prioritering af både kommunikationsformen og målgruppen for markedsføringen.
- **Mere styring af den fælles turistindsats.** Der savnes generelt en stærkere turistoperatør, som i højere grad også kan varetage en styrende og ledende rolle i forhold til at koordinere og prioritere de fælles indsatsen – herunder både i forhold til markedsføring og udvikling af nye fælles tiltag. På nuværende tidspunkt udfylder erhvervsFORUM Roskilde ikke denne rolle, hvilket ifølge turistaktørerne naturligvis hænger sammen med de relativt begrænsede lokale ressourcer, der er afsat til turistarbejdet.

I forhold til den organisatoriske forankring af turistarbejdet hos erhvervsFORUM Roskilde bliver det bl.a. fremhævet, at der er en indbygget risiko for, at turistopgaverne kommer til at stå i skyggen af erhvervsindsatsen, når arbejdet er forankret hos en erhvervsforening. Og med en kommende fusion mellem Roskilde Handel og erhvervsFORUM Roskilde er der muligvis en øget risiko for, at foreningens fokus på handels- og erhvervslivet kommer til at fylde endnu mere.

På trods af dette tegner de gennemførte interview ikke et billede af, at de lokale turistaktører ønsker en ny operatør. Det skyldes, at de oplever, at der er positiv udvikling i gang i forhold til at styrke samarbejdet og dialogen mellem erhvervsFORUM Roskilde/Roskilde Handel, den ny-stiftede turistforening (fra 2016) og kommunen.

Desuden fremhæves det, at en fastholdelse af erhvervsFORUM Roskilde som operatør vil sikre større stabilitet og bedre mulighed for at arbejde med at udvikle det langsigtede strategiske fokus i turistindsatsen.