

18 byer krænger sjælen ud

Projekt »Købstaden - en moderne by med sjæl« skal skaffe flere turister hele året til 18 byer med tidligere status som købstæder i Region Sjælland.

Af Per Vagnsø

SJÆLLAND: 18 byer i Region Sjælland, der tidligere havde særlig status som købstæder, skal nu markedsføres samlet over for såvel danske som udenlandske turister. Ikke mindst for også at få besøg af turister i vinterhalvåret skal lokale udviklingsgrupper i løbet af foråret komme med idéer til, hvordan de gamle købstæder kan sælges til turister som »moderne byer med sjæl«.

Projektet, der udover kommunerne med købstæderne støttes af EU's regionalfond og Vækstforum Sjælland, løber frem til januar 2011 og har et samlet budget på 12,4 millioner kroner.

De fem millioner går til markedsføringen, som begynder til efteråret, men endnu er der ingen, der ved, hvilke konkrete tiltag, pengene skal bruges til at slå på tromme for. Det er det, de lokale folk er ved at finde ud af, forklarer projektleder hos Østdansk Turisme, Sanne Jakobsen.

- Men det kunne f.eks. være sms-guidede byrundture, fokus på kulinariske oplevelser i byerne og pakkeløsninger, hvor man bor i én af byerne og så får lagt en dagsplan for besøg i andre byer, siger Sanne Jakobsen.

- Historien og kulturen - alle særkenderne - skal



De 18 byer skal forsøge at tiltrække turister hele året - også når der er vinterudsalg som her i Køge.

Foto: Elmer Madsen

hives frem i projektet, og så skal vi identificere, hvad der kan sælges til turisterne. Hvad der gør byerne til noget specielt, forklarer projektlederen.

Hun tilføjer, at der også kan blive tale om i højere grad at lave turist-tilbud, der omfatter de kulturelle arrangementer, som i forvejen foregår i byerne, ligesom besøg hjemme hos familier i byerne kan komme på tale.

Målgruppen er ud over danskere primært turister fra Sydsverige og Nordtyskland, og filosofien bag projektet er, at de 18 byer kan få meget mere ud af at reklamere for sig selv, hvis de gør det samlet, så turisterne får mange, forskellige oplevelses-muligheder ved at komme på besøg i regionen.

- Sammen har de gode

muligheder, og så kan projektet være med til at skabe netværk mellem byerne, siger Sanne Jakobsen.

Byboer skal lokkes

Direktør for Østdansk Turisme, Glen Polano, fortæller, at det i Danmark ikke mindst er københavnernes, der skal lokkes ud i de sjællandske købstæder.

- Den endelige strategi for markedsføringen er der ikke taget stilling til endnu, men København er vores største og væsentligste hjemmemarked sammen med Østjylland og Trekantområdet, konstaterer han.

Glen Polano ser projektet som en mulighed for byerne til at blive bedre profileret, og han slår fast, at hverken kirker eller stokrose-idyl gør det alene.

- Historien er der jo. Den skal vi ikke genopfinde. Vi vil noget moderne, noget fremadrettet, og det bliver med et klart, kommercielt sigte. Projektet skal ikke

mindst understøtte shopping i byerne, siger han.

sj@sj-medier.dk

Fire byer mangler

Af Per Vagnsø

■ De 18 byer, der tidligere havde særlige handelsprivilegier, og som nu skal markedsføres samlet, er: Roskilde, Køge, Korsør, Skælskør, Slagelse, Sorø, Ringsted, Næstved, Vordingborg, Præstø, Stege, Nykøbing F., Sakskøbing, Stubbekøbing, Nysted, Maribo, Nakskov og Rødby.

Fire af regionens købstæder mangler i projektet. Kalundborg, Holbæk og Nykøbing Sj. er ikke med, fordi Nordvestsjælland i forvejen er med i et projekt om helårs-turisme under VisitDenmark. St. Heddinge mangler, fordi Stevns Kommune vurderede, at byen var for lille.