

**AF  
TR  
YK**

**SAMMEN OM ODENSE**

**EN NÆRVÆRENDE KULTURDESTINATION I SÆRKLASSE**



# AMBITION

Vi vil vækst i turismen på byens præmisser. En by, der er attraktiv at leve, bo og arbejde i, er en spændende by at besøge. Kulturen i bred forstand er vores attraktionskraft, vores sjæl. Odense er nærvær og nærhed! Fra afstanden mellem vores oplevelser til måden, vi møder hinanden og byens gæster på.

Vi sætter kultur og oplevelser i centrum for by- og turismeudvikling, som skal ske med afsæt i byens styrkepositioner og særlige kendetegn. Turismen skaber omsætning, arbejdspladser og styrker byens innovationskraft. Vi vil styrke den gensidige værdiskabelse mellem kultur og turisme, og den meningsfulde kulturudveksling mellem gæster og lokale. Denne synergieffekt opnås kun med fælles kræfter på tværs af byens aktører.

I Odense ønsker vi turister, der kommer for det, Odense er - og som bidrager til at skabe det Odense, vi gerne vil være. I Odense er alt nært – fra fortidens aftryk til nutidens oplevelsestilbud. Odense er nærvær – fra måden vi møder dig på til følelsen, du tager med dig hjem.

Vi vil være en nærværende kulturdestination i særklasse.



## **HVEM ER VI?**

Vi er forskellige turisme-, kultur- og oplevelsesaktører, private og offentlige, små og store, med forskellige perspektiver, fagligheder og ressourcer. Sammen tegner vi Odense som by og destination, og visionen er forandringer, der bidrager til en nærværende og attraktiv kulturdestination til gavn for både lokale og gæster.

Bag manifestet står vi, der direkte eller indirekte, arbejder professionelt med Odenses kulturturisme. Det er os, der tiltrækker, er værter for og udvikler produkter og ydelser til gæster fra nær og fjern, fra Varde til Tokyo. En balanceret turismeudvikling med respekt for vores identitet, kulturarv, særlige styrkepositioner og fællesskaber er vores ansvar og mål.

## **HVORFOR ET MANIFEST?**

Dette manifest (fra latin, manifestus, kommer af manus: "hånd" + fendo: "slag") er et håndslag på en fælles ambition og retning for kulturturismen i Odense. Manifestet er et levende dokument, der kan udvikle sig over tid. Manifestet er koncist med udgangspunkt i vores positive visioner for Odense, og det skal danne grobund for handlinger og forandringer, der kan skabes i fællesskab.

Med dette manifest forpligtiger vi os sammen og hver for sig til at bidrage til at realisere ambitionen og manifestets hensigter. Det er en bevægelse, hvor vi sætter kulturen og det kreative i centrum for udviklingen af turismen og vores by. Ambitionen er, at mange aktører i fællesskab vil bidrage til realiseringen af manifestet.



## HENSIGT 1:

### Vi vil være førende på nærværende værtskab

Vi vil styrke byens værtskab, så byen møder gæsterne med varme, omtanke og stolthed.

Vi vil skabe sammenhæng i Odense – og styrke den fysiske og mentale nærhed.

Vi lytter, inspirerer og sender gæsten videre rundt til hinanden, til nye oplevelser og steder.

Vores mål er at give gæsterne mind-eværdige oplevelser på internationalt niveau, øge deres (kultur-)forbrug og deres lyst til at anbefale Odense videre til andre.

## VI VIL:

- Sikre det lokale kendskab hos vores frontpersonale og andre, der løbende har kontakt med byens gæster. Samtidig signalere udadtil, at vi støtter og står sammen om at styrke Odense som kulturdestination med et synligt symbol i form et logo, klistermærke, badge og lign.
- Være en del af, bakke op om og skabe sammenhæng til en fælles brandfortælling og kampagne om den nærværende kulturdestination i særklasse, som Odenses samlende værdifortælling.
- Udvikle en mere imødekomende velkomst hos udvalgte knudepunkter for grøn transport som Odense Banegård Center og Hjallesø Syd samt mulighed for aktivering omkring parkering og ladestandere som markedsføringsplatform.
- Styrke det digitale værtskab, så vi på vores hjemmesider og andre digitale platforme udfolder Odenses muligheder for potentielle gæster med relevant indhold på de vigtigste sprog.
- Styrke sammenhængskraften i byen gennem fx udviklingen af en fast rute forbi de mest spændende områder og oplevelser, som vi og andre af byens aktører kan skabe liv og happenings omkring. Den kan eventuelt udfoldes med en fælles podwalk.
- Sikre udbredelsen af "Det sker i Odense" som samlet platform for events, der giver både lokale og besøgende et overblik over, hvad der sker i byen.

## HENSIGT 2:

### Vi vil styrke partnerskabskredsen om kulturturismen

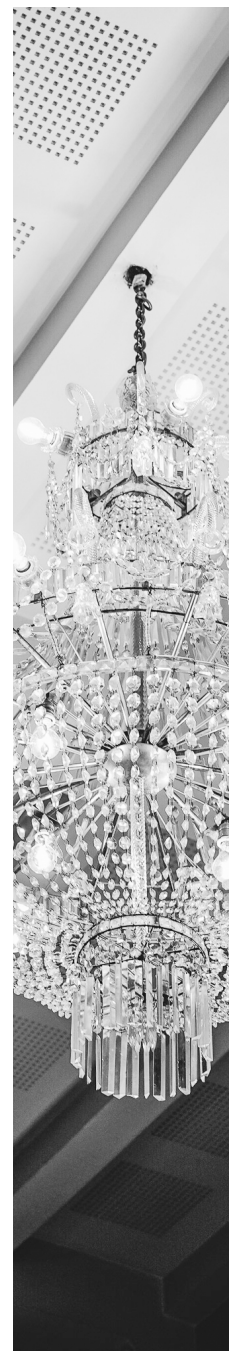
Vi vil arbejde på tværs af brancher og sektorer for at indfri kulturturismens potentialer.

Flere og nytænkende partnerskaber mellem kultur og erhverv, i kommunen og på Fyn, skal være drivkraften for innovative løsninger, fælles indsats og øget værdiskabelse i samspillet mellem kultur, oplevelser og turisme.

Målet er, at kulturturismen bliver en integreret del af vores mindset og byens udvikling, og at tværfagligheden understøtter mere økonomisk, bæredygtige løsninger.

## VI VIL:

- Styrke samarbejdet om møder og konferencer i byen mellem Destination Fyn, Visit Odense og kulturaktører fx gennem udviklingen af et kartotek, hvor man kan tilmelde sig med sine unikke kvaliteter, som kan pitches ind til de store konference- og mødeudbud.
- Øge samarbejdet med Invest in Odense for at synliggøre Odenses kulturliv som tiltrækningsparameter og oplevelsesmulighed for udenlandsk arbejdskraft, der kan få endnu flere til at blive i byen på den lange bane.
- Opsøge samarbejder på tværs af turisme-værdikæden med fokus på pakketering og tematisering af attraktive oplevelsestilbud med transport, overnatning, mad, events og oplevelser.
- Styrke mødet mellem kultur- og erhvervsliv samt opnå øget viden og erfaring om gode partnerskaber, der skaber værdi og mening for begge parter.
- Udvikle fælles velkomstpakker og aktivere International House og Borgerservice til at give nye studerende, international arbejdskraft og nye beboere i Odense information og inspiration til byens mangfoldige kulturtilbud.
- Styrke synergien mellem Odense og resten af Fyn i form af styrkede oplevelseskæder, herunder styrket synergi med "Fynske Attraktioner" samt tilgængeliggøre kombinationsoplevelser på tværs af natur og by.





## HENSIGT 3:

### Vi vil være frontløber for synergien mellem turisme og lokalsamfund, gæster og lokale

Vi vil styrke byens værtskab, så byen møder gæsterne med varme, omtanke og stolthed.

Vi vil skabe sammenhæng i Odense – og styrke den fysiske og mentale nærhed.

Vi lytter, inspirerer og sender gæsten videre rundt til hinanden, til nye oplevelser og steder.

Vores mål er at give gæsterne mind-eværdige oplevelser på internationalt niveau, øge deres (kultur-)forbrug og deres lyst til at anbefale Odense videre til andre.

## VI VIL:

- Sikre det lokale kendskab hos vores frontpersonale og andre, der løbende har kontakt med byens gæster. Samtidig signalere udadtil, at vi støtter og står sammen om at styrke Odense som kulturdestination med et synligt symbol i form et logo, klistermærke, badge og lign.
- Være en del af, bakke op om og skabe sammenhæng til en fælles brandfortælling og kampagne om den nærværende kulturdestination i særklasse, som Odenses samlende værdifortælling.
- Udvikle en mere imødekomende velkomst hos udvalgte knudepunkter for grøn transport som Odense Banegård Center og Hjallesø Syd samt mulighed for aktivering omkring parkering og ladestandere som markedsføringsplatform.
- Styrke det digitale værtskab, så vi på vores hjemmesider og andre digitale platforme udfolder Odenses muligheder for potentielle gæster med relevant indhold på de vigtigste sprog.
- Styrke sammenhængskraften i byen gennem fx udviklingen af en fast rute forbi de mest spændende områder og oplevelser, som vi og andre af byens aktører kan skabe liv og happenings omkring. Den kan eventuelt udfoldes med en fælles podwalk.
- Sikre udbredelsen af "Det sker i Odense" som samlet platform for events, der giver både lokale og besøgende et overblik over, hvad der sker i byen.

## HENSIGT 4:

### Vi vil øge kulturturismens værdiskabelse gennem data

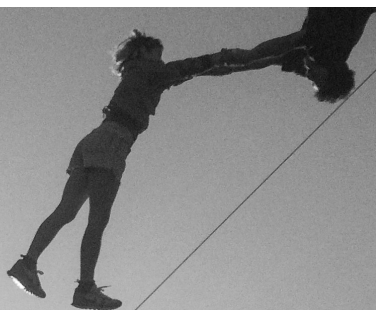
Vi vil basere vores beslutninger og udviklings-initiativer på viden og data – og være opsøgende på nye data og muligheder for anvendelse af data.

Gennem øget transparens og samarbejde om data, vil vi i fællesskab løfte nye indsigter, arbejde mere målrettet og styrke vores forretning. Med en målrettet destinationsudvikling øger vi værdikabelsen og sikrer samtidig en balanceret turisme-udvikling, der tager hensyn til de lokale, byens unikke identitet og bevarelsen af vores kulturarv.

En fælles datadrevet udvikling skal sikre, at turismen skaber værdi på flere bundlinjer uden at belaste byen og dens ressourcer.

## VI VIL:

- gavmildt dele data med hinanden for at spille hinanden og byen bedre. Data skal være en fast del af vores samarbejde.
- blive klogere på både motivationer og adfærd hos byens gæster samt barrierer for at tiltrække gæster til Odense.
- styrke vores forretning ved at udvikle målrettede værditilbud, tiltrække flere gæster og øge indtjeningen gennem data og indsigter.
- udfolde og implementere Danmarks nationale turismedataplatform, VisitData, som en fælles platform, med en opmærksomhed på, at vi i fællesskab skal analysere og omsætte data til handling.
- være ajour med de nyeste trends, viden og inspiration på kulturturisme-området sat i relation til de forhold, adfærd og segmenter, der er i Odense og på Fyn.
- styrke vidensniveauet om turismen i Odense med Visit Odenses kvartalsrapport med data om hotelovernatninger, gæster, kampagner og digitale fodspor mm.





## HENSIGT 5:

### Vi vil skabe en attraktiv og levende by hele året

Vi vil styrke Odense som helårsdestination, hvor unikke og sæsonbetonede oplevelser tiltrækker gæster uanset tidspunkt på året. Hver sæson rummer sin egen fortælling og potentiale, og det skal i højere grad bindes sammen og styrkes gennem eksisterende og nye oplevelsestilbud.

Målet er at skabe en spændende og attraktiv by at leve i og besøge hele året rundt, blandt andet fordi helårsturisme skaber en mere stabil forretning for byens aktører, og det understøtter bedre udnyttelse af byens ressourcer.

## VI VIL:

- styrke belysning, gadeliv og hygge, særligt i vintersæsonen, så det bliver mere attraktivt at bevæge sig rundt i byrummet fx forlænge perioden med julebelysning
- udvikle særlige kampagnetilbud til januar-måned sammen med fx hoteller, sommerhusudlejere og restauranter, hvor kulturinstitutioner i en fælles kampagne kan skabe særtilbud for både lokale, regionale og internationale gæster (KulturUdsalg, JanuART) koblet til det fynske naturprodukt i samarbejde med Destination Fyn.
- styrke og bakke op om eksisterende vinteroplevelser som julen og WORD, samt lægge nye tiltag inden for oplevelser i de måneder, hvor der er kapacitet i byen.
- aktivere tomme butikslokaler til pop-up-koncepter og andre kreative tiltag, der skaber liv i gadeplan, i samarbejde med ejendomsudlejningsvirksomheder og fx kreative vækstlag, kunsthåndværkere og lign.
- udvikle et fælles årshjul, hvor hver sæson har en tilbagevendende event eller tema, som alle kan bakke op om og udbrede gennem fælles markedsføring fx Magiske Dage eller påskeæggejagt.

## HENSIGT 6:

### Vi vil dyrke fællesskabet blandt byens aktører

Vi vil arbejde sammen, dele erfaringer og inspirere hinanden for at skabe en by, hvor alle aktører føler sig som en del af en større helhed.

Sammen skal vi udvikle projekter og skabe forandringer, der løfter Odense som kulturdestination.

Vi vil støtte op om hinandens kulturprodukter, byens unikke kulturarv og signaturevents.

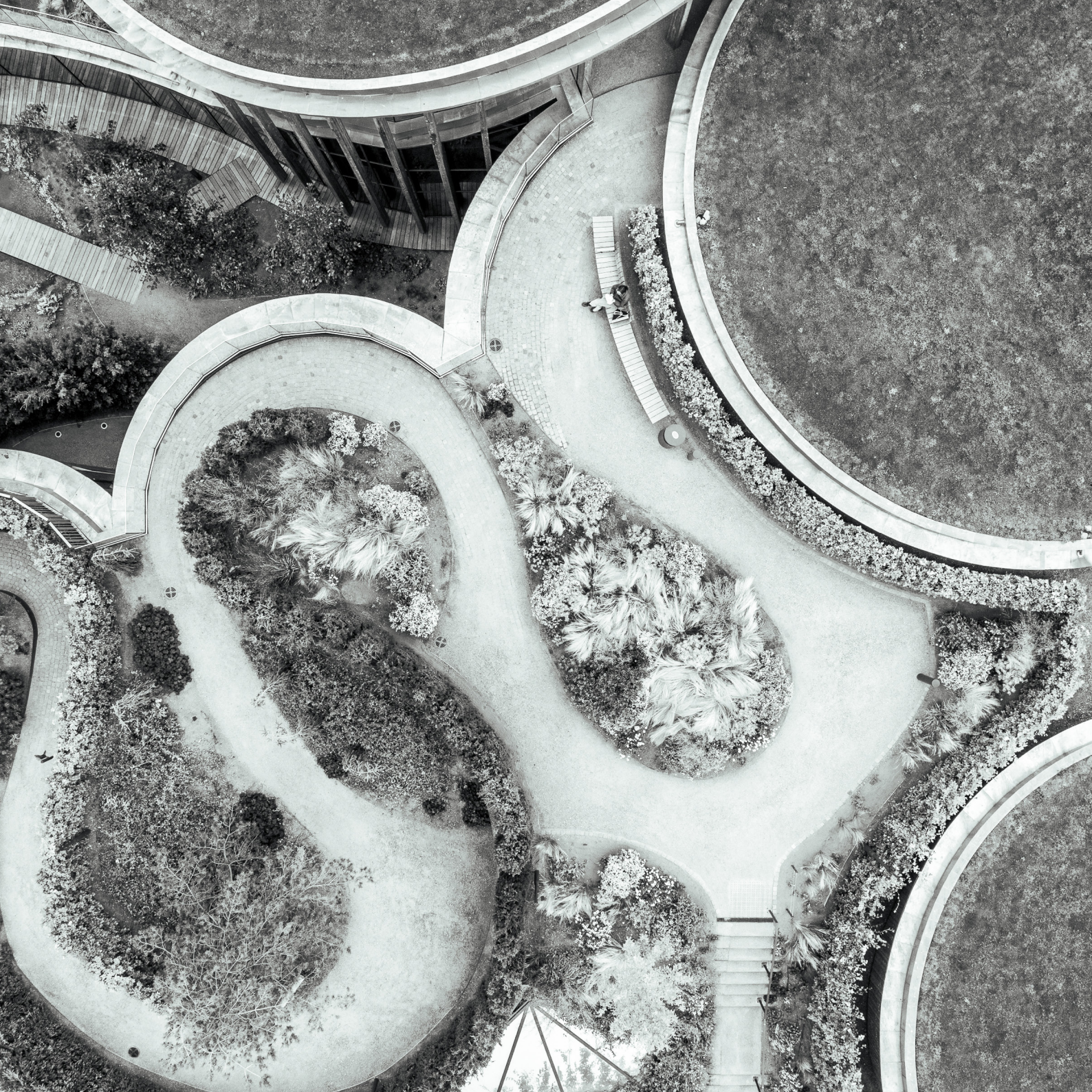
Et stærkt fællesskab blandt en bred kreds af aktører skaber synergi og gør det muligt at realisere større projekter, der gavner hele byen og dens gæster.

### VI VIL:

- mødes 2-4 gange årligt i kulturturismenetværket, hvor vi deler viden og erfaringer med hinanden samt udvikler fælles initiativer, der styrker Odense som en nærværende kulturdestination i særklasse.
- forpligtige os til at løfte blikket og medtænke relevans og synergi til andre aktører, byen og hele destinationen. Vi inddrager hinanden i tiltag, der er oplagte at tænke på tværs.
- deltage i Visit Odenses årlige turisme-kickoff
- styrke vores indsigt og potentiale i hele turismeværdikæden og vil derfor invitere fx hoteller, restauranter og andre relevante aktører ind til særlige samtaler, der kan udvikle kulturturismen og vores perspektiv.
- holder hinanden orienteret og bruger hinanden. Vi er fast på hinandens invitationsliste til nye åbninger og arrangementer. Vi lægger nogle af vores personaleevents ude af huset hos hinanden, så vores kollegaer kender byen.
- på årets første netværksmøde aftales det, hvilke konkrete mål og ambitioner, der skal udspringe af manifestet og sætte rammen for årets fokusområder.









# PARTNERE

KUNST  
MUSEUM  
BRANDTS

MUSEUM  
ODENSE

