



LYNGBY-TAARBÆK
KOMMUNE



TURISMESTRATEGI

2018-2022



Vision

Lyngby-Taarbæk Kommune rummer også i fremtiden en bred vifte af tilbud til turisten. Lyngby-Taarbæk Kommunes turismeaktører, kulturlivet og kommunen udvikler sammen vores styrkepositioner i respekt for vores autentiske og unikke miljø.

Indledning

Få kommuner i Danmark rummer så markante styrkepositioner på turistområdet som Lyngby- Taarbæk Kommune: Seværdighederne, bylivet, naturen, kulturen og Vidensbyen. Nogle af Danmarks største turistattraktioner er beliggende i kommunen – og nogle af de mindste. Uanset størrelse er det kendetegnende for kulturtilbuddene og turismeerhvervet i kommunen, at den brede vifte af muligheder repræsenterer både autenticitet og høj kvalitet.

Kommunens geografiske placering tæt på København og i hjertet af Greater Copenhagen tilføjer en yderligere fordel: Få steder er afstanden mellem storby og rekreative områder så kort og tilgængelig som her.

Formålet med turismestrategien er at sætte retning for arbejdet omkring turisme de kommende fire år. En gang årligt genbesøger det politiske niveau strategien, definerer eventuelle nye indsatser og vurderer værdien af de beslutninger, der tidligere er truffet. På den måde sikrer vi en tydelig forventningsafstemning, synlighed, fremdrift og kvalitet i turismearbejdet – til gavn for turismeerhvervet og kommunens borgere.

Strategien tager sit udgangspunkt i kommunens mange tilbud til turisten. Både de offentlige og de private. Det er i turistens individuelle møde med alle kommunens turismetilbud i lokalsamfundet, handlen, Vidensbyen og vores enestående rekreative områder, at potentialet for vækst ligger. Det møde skal vi understøtte med en tilgang, så kommunens borgere fortsat oplever, at turismen er forenelig med dagliglivet og kommunens unikke miljøer.

Vi skal desuden være opmærksomme på, at i forhold til mange andre erhvervsområder i vækst har turismeområdet den fordel, at de arbejdspladser, turismen skaber, er stedbundne. (Det er arbejdspladser, der ikke kan flyttes.)

Strategiens målsætninger og indsatser er inspireret af de nationale anbefalinger udarbejdet af Wonderful Copenhagen (WoCo), men også input fra Dansk Erhverv, Greater Copenhagen og KL m.fl. har indgået i processen tillige med en inspirerende dialog med et engageret netværk af repræsentanter for turismeerhvervet i Lyngby-Taarbæk Kommune samt Kultur- og Fritidsudvalget.

Med Turismestrategi 2018 – 2022 ønsker kommunen at skabe en anvendelig platform for turismeerhvervets virke og kommunens understøtning af samme.

Primære bidragsydere til strategien



De fire styrkepositioner

I Lyngby-Taarbæk Kommune har vi fire primære styrkepositioner på turismeområdet

- Kulturliv for alle
- Ud i det grønne
- Byliv og handel
- Lyngby-Taarbæk Vidensby

Kulturliv for alle

- Dyrehavsbakken
- Slotte - (Royale oplevelser)
- Museer
- Koncerter
- Dansk kunst og design
- Gallerier
- Bondebyen
- Arkitektur
- Mv.

Ud i det grønne

- Dyrehaven
- Mølleåen
- Søerne
- Taarbæk Strand
- Aktiv fritid
- Sportsevents
- Baadfarten
- Hesteturisme
- Mv.

Byliv og handel

- Shopping i "Den lille metropol"
- Café-liv
- Restauranter
- Byliv i frisk luft
- Velassorteret i kolonial og delikasse
- Mv.

Vidensby

- Konferencer og hotel
- Forretningsmøder
- Events
- Netværksmøder
- Foredrag
- Mv.

Kulturliv for alle

LTK rummer en bred og rig vifte af kulturtilbud: Unikke bevarede miljøer, moderne og bevaringsværdig arkitektur, et stort udbud af museer, arbejdende værksteder hos nogle af landets dygtigste kunsthåndværkere og designere, Dyrehavsbakken med et rigt varieret underholdningstilbud til alle generationer, Parforcejagtlandskabet der er optaget på UNESCO's verdensarvsliste, Det Kongelige Teater i Ulvedalene, live musik og Lyngby Idrætsby.

Ud i det grønne

Dyrehaven, Lyngby Sø, Furesø, Mølleådalene og mange små grønne oaser tilbyder perfekte rammer for det rekreative liv. Områderne rummer et utal af muligheder for mange sportsgrene og danner samtidig baggrunden for flere store årligt tilbagevendende events som Hubertusjagten, Eremitageløbet, halvmarathon og meget mere.

Byliv og handel

Kgs. Lyngby tilbyder et unikt handelsliv: Stormagasinet, strøg og shopping center. Et helstøbt bymiljø med inde- og udeliv kombineret med en righoldig detailhandel samt mange gode spisesteder, caféer og biografteater danner rammen om et byliv i særklasse.

Lyngby-Taarbæk Vidensby

DTU og andre store uddannelsesinstitutioners studiemiljøer og den tilknyttede forskning, det højteknologiske erhvervsliv med domiciler og gode konferencefaciliteter sætter sammen med Vidensby-sekretariatet rammen om kommunens rolle som Vidensby, der hvert år tiltrækker et stort antal erhvervsturister.



Hvad er en turist i Lyngby-Taarbæk Kommune?

En turist er en person, der rejser udenfor sit sædvanlige miljø. Rejsen varer under et år og har andet formål end, at den rejsende er ansat på den lokalitet, der besøges. De erhverv, der supporterer en turist, kan karakteriseres som turisterhverv. Der skelnes mellem dagsturister og overnattende turister.

Alle fire styrkepositioner henvender sig til forskellige typer turister: Både de, der kommer en enkelt dag - måske som turist i egen kommune med henblik på shopping, idræt, natur- og kulturoplevelser - og de, der overnatter på grund af arbejde, studie eller ferie.

De nationale og regionale anbefalinger og Lyngby-Taarbæk Kommune

Som del af Greater Copenhagen er Lyngby-Taarbæk Kommune en del af Greater Copenhagenmetropolen (Skåne, Sjælland, Sydhavsøerne og Bornholm).



GREATER COPENHAGEN

Wonderful Copenhagen's turismestrategi 2020 og Greater Copenhagen's turismeoplæg er målrettet den individuelle turist og de unikke oplevelser indenfor Danmarks styrkepositioner: Design, arkitektur, gastronomi, bæredygtighed, landets historie og vores kultur. Turismestrategien tager udgangspunkt i metropolen og fremhæver værdien af den enestående kombination af det righoldige bylivs nærhed til områdets unikke natur som en afgørende og efterspurgt faktor.

I anbefalingerne understreges det desuden, at det er afgørende at være opmærksom på at håndtere turismen i lokalområderne således, at miljøerne ikke sættes under unødigt pres. Det er centralt, at væksten

i branchen kun skal finde sted på et bæredygtigt grundlag, hvor lokalsamfundets aktører og indbyggere tager turismen til sig og dermed står som områdets egentlige ambassadører. I sådan et miljø føler turisten sig velkommen, og således sikrer vi også, at turisten har lyst at komme igen.

Både på nationalt plan og i Greater Copenhagen-regi vurderer man desuden, at der ligger et uudnyttet vækstpotentiale i turismeerhvervet.

Lyngby-Taarbæk Kommune rummer alle de kvaliteter og muligheder, som den nationale og regionale strategi fremhæver og bygger sin strategi op omkring.

Visionen

Med visionen ønsker kommunen at sætte en overordnet retning for de politiske beslutninger og indsatser, der knytter sig til turismeområdet således, at området fortsat kan udvikles i balance mellem kommunens borgere, kulturlivet og turismeerhvervene.

Lyngby-Taarbæk Kommune rummer også i fremtiden en bred vifte af tilbud til turisten. Lyngby-Taarbæk Kommunes turismeaktører, kulturlivet og kommunen udvikler sammen vores styrkepositioner i respekt for vores autentiske og unikke miljø.

Forudsætninger

Som forudsætning for arbejdet med at realisere visionen, arbejder kommunen ud fra tre forudsætninger:

- Arbejdet med turisme tager sit afsæt i vores lokale virkelighed
- Turismen indgår både i en kommerciel og en kulturel ramme på tværs af kommunegrænserne
- Vi – turisterhvervets aktører og kommunalbestyrelsen - inspireres af den nationale turismestrategi, Greater Copenhagens vision og interesseorganisationernes anbefalinger, hvor det er relevant.



Strategispør

Vi arbejder i 5 strategispør for at realisere turismevisionen:

Tæt dialog med turismens aktører

- fordi det er gennem en tæt og uformel dialog med turismeaktørerne og vores kolleger i nabokommunerne, at kommunen får muligheden for at kende, forstå og understøtte udviklingen i branchen.

Fokuseret fortælling om vores styrkepositioner

- fordi en målrettet historiefortælling skaber interesse og nysgerrighed hos turisterne

Erhvervsturismen

- fordi kommunen i kraft af sin position som

universitets- og vidensby hvert år huser et stort antal erhvervsturister. I disse besøg gemmer der sig et stort vækstpotentiale.

Unesco-udpegningen af Parforcejagtlandskaber – en driver for turismen

- fordi Parforcejagtlandskabet er en unik attraktion, der gennem eksponering rummer mange muligheder for udvikling af turismeerhverv.

Udvikling af det unikke handelsmiljø i Kgs. Lyngby

- fordi lige netop Kgs. Lyngby har en særlig identitet som handelsby, der tiltrækker mange turister. Det skal vi fortsat understøtte. Det er i turistens møde med Kgs. Lyngby, at vi har mulighed for at give turisten lyst til at komme igen.



Strategispor 1

Tæt dialog med turismens aktører

- fordi det er gennem en tæt og uformel dialog med turismeaktørerne og vores kolleger i nabokommunerne, at kommunen får muligheden for at kende, forstå og understøtte udviklingen i branchen.

I Lyngby-Taarbæk Kommune ser vi dialogen med turisterhvervet og kulturen som en forudsætning for, at området fortsat kan udvikle sig. Gennem dialogen skabes afsættet for nye tiltag og synergier.

Vi ved også, at tid er penge for turismeaktørerne. Gennem en god dialog, skaber vi en forventningsafstemning, der understøtter realiseringen af branchens projekter.

Det gør vi

- Turismenetværket
 - Lyngby-Taarbæk Kommune faciliterer turismenetværket og inviterer alle aktører 4 - 6 gange årligt for gensidig inspiration og sparring. Her bringer deltagerne emner og idéer i spil og afsøger mulige nye samarbejder.
- Individuelle møder
 - Hvor en enkelt aktør ønsker en fortrolig snak om virksomheden, idéer og overvejelser, er vi klar til at sparre.
- På tværs af kommunegrænser
 - Turisten kender ikke kommunegrænserne. Lyngby-Taarbæk Kommune tager initiativ til at mødes med nabokommunerne for at afsøge muligheder for samarbejde om de turismeprojekter, der kan drage fordel af et samarbejde på tværs.

- Greater Copenhagen-samarbejdet
 - Gennem samarbejdet er vi opmærksomme på de muligheder udrulningen af Greater Copenhagen's strategi kan bibringe vores aktører.

Strategispor 2

Fokuseret fortælling om vores styrkepositioner

- fordi en målrettet historiefortælling skaber interesse og nysgerrighed hos turisterne.

I dag markedsføres Lyngby-Taarbæk Kommunes styrkepositioner overvejende individuelt af turismeaktørerne. Turismeaktørerne efterlyser en samlet markedsføringsindsats - gerne med en turistorganisation i ryggen – og måske også med fysiske turistinformationer. Branchen vurderer, at en samlet indsats vil kunne skærpe kommunens profil og historiefortælling og dermed skabe mulighed for vækst.

Det gør vi

- www.visitlyngby.dk er Handelsforeningens website, hvor citykoordinatoren løbende lægger events og arrangementer op. Her kan aktørerne også selv oprette en side, når de er medlem af foreningen. Kommunen understøtter gennem sit samarbejde med Handelsforeningen omkring citykoordinatoren, at sitet vedligeholdes og udvikles.
- De digitale platforme: Via Lyngby-Taarbæk Kommunes digitale platforme: Facebook, Instagram og LinkedIn viderebringer kommunen nyheder om turismen.
- Fremtidige kommunikationsplatforme: Lyngby-Taarbæk Kommune tager initiativ til at afsøge mulighederne for fremtidige modeller for markedsføring både på de sociale medier og i andre samarbejder.

Strategispor 3

Erhvervsturismen

- fordi kommunen i kraft af sin position som universitets- og vidensby hvert år huser et stort antal erhvervsturister. I disse besøg gemmer sig et stort vækstpotentiale.

Lyngby-Taarbæk Kommune ser vækstpotentiale i de 2000 udenlandske studerende, der årligt lægger et eller flere semestre på DTU. Udover de studerende genererer deres tilstedeværelse et ukendt antal besøg af familie og venner. Yderligere besøger et stort antal delegationer året rundt Lyngby-Taarbæk Kommunes større virksomheder og DTU. Der ligger en værdiskabelse i disse besøg, såfremt kommunens

turismeaktører i højere grad får lejlighed til at servicere denne gruppe besøgende.

Det gør vi

- I samarbejde med Polyteknisk Forening og Vidensbyen tager Lyngby-Taarbæk Kommune initiativ til at kortlægge omfanget af besøg, der genereres af DTU. Sammen indgår parterne i en dialog omkring muligheden for at synliggøre kommunens tilbud for disse turister.
- Sammen med Vidensbyen indgår Lyngby-Taarbæk Kommune i dialog med erhvervslivet omkring mulighederne for at skabe "besøgspakker" til virksomhedernes delegationer.



Strategispor 4

Unesco-udpegningen af Parforcejagtlandskabet – en driver for turismen

- fordi Parforcejagtlandskabet er en unik kulturattraktion, der gennem en eksponering rummer mange muligheder for udvikling af turismeerhverv.

Parforcejagtsystemet i Dyrehaven er udpeget til at være Unesco-verdensarv. Det er en gave. Ved udpegningen har kommunen forpligtet sig til at udbrede kendskabet til parforcejagtlandskabet. Det gør vi i samarbejde med de øvrige kommuner, der er tilknyttet udpegningen. Alle erfaringer viser, at en Unesco-udpegning kan være en driver for den tilknyttede turisme i området.

Det gør vi

- Lyngby-Taarbæk Kommune fastholder sin deltagelse i Parforce-gruppen, så vidensdeling og branding for projektet faciliteres af en fælles site-manager.
- Gennem kommunens engagement i Parforcens styre- og arbejdsgruppe afsøger vi i samarbejde med de øvrige involverede parter mulighederne for, hvorledes historien om parforcejagtlandskaberne kan videreformidles.

Strategispor 5

Udvikling af det unikke by- og handelsmiljø i Kgs. Lyngby

- fordi lige netop Kgs. Lyngby har en særlig identitet som handelsby, der tiltrækker mange turister. Det skal vi fortsat understøtte. Det er i turistens møde med Kgs. Lyngby, at vi har mulighed for at give turisten lyst til at komme igen.

Kgs. Lyngby er en unik handelsby med en helt særlig atmosfære. For at fastholde positionen som en af de bedste handelsbyer i Danmark, hvor konkurrencen hele tidens skærpes, skal vi løbende understøtte udviklingen og livet i byen, både når det gælder byplanlægning og smidig sagsbehandling på myndighedsopgaverne. Citykoordinatoren sikrer i samarbejde med bymidtens handlende, kulturlivet, uddannelsesinstitutionerne og Vidensbyen, at der løbende udvikles nye events, der kan tiltrække besøgende og understøtte byens profil.

Det gør vi

- Gennem Lyngby-Taarbæk Kommunes partnerskab med Handelsforeningen og Det Grønne Område definerer og sikrer vi citykoordinatorens arbejdsramme for udvikling af bylivet i Kgs. Lyngby.
- Gennem en målrettet planlægning for bymidten i Kgs. Lyngby sikres en god infrastruktur, servicefunktioner og udvikling af multianvendelse af byrummene i samarbejde med byens aktører.
- Lyngby-Taarbæk Kommune sikrer, driften af Baadfarten på Lyngby Sø.
- Lyngby-Taarbæk Kommune understøtter løbende udsmykningen af vores byrum og vedligeholdelse af samme.





LYNGBY-TAARBÆK
KOMMUNE

Center for
Miljø og Plan

Lyngby Torv 17
2800 Kgs. Lyngby
Tlf. 45 97 35 00

miljoplan@ltk.dk
www.ltk.dk