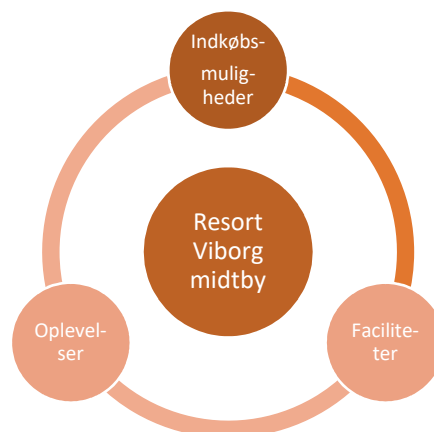


Viborg midtby som resort

Viborg skal også i fremtiden være en handelsby med detailhandel i en levende og attraktiv midtby - Det giver byliv, omsætning og arbejdspladser. Men detailhandlen er under pres og kan alene ikke sikre fortsat detailhandel i en levende og attraktiv midtby. Det kan Viborg Kommunes byudviklingsprojekter, ejendomsejeres bygningsinvesteringer, VisitViborgs markedsføringskampagner, eventarrangørers aktiviteter, ejendomsmæglernes tiltrækning af nye borgere, det øvrige erhvervslivs efterspørgsel efter veluddannet arbejdskraft eller borgernes, gæsternes og turisternes generelle forbrug heller ikke. Der er behov for en koordineret fælles indsats, der skaber merværdi og som bidrager til at maksimere effekten af alle aktørers tiltag. Alle har et ansvar!

Et billede på en fælles indsats for at skabe, fastholde og udvikle Viborg midtby som levende og attraktiv, er at anskue Viborg midtby som et resort-område. Resort-området er et afgrænset område med attraktive **faciliteter, indkøbsmuligheder** og tilbud om **oplevelser**. Et resort-område kendetegnes ved, at alle arbejder for samme **overordnede mål**, uanset hvad de laver. De deler **viden og erfaring**, og ser forskelligheden som en styrke - alle er nemlig del af noget større. Det skal også gælde for aktørerne med interesse og andel i resortet Viborg midtby.

Et resort-område i Viborg midtby kan principielt afgrænses af gågade-systemet, tilkørselsgader- og adgange hertil, herunder parkeringspladser samt Domkirke-området.



Fælles forståelse, fælles indsats og fælles resultater

En række aktører, som repræsenterer detailhandlen, Viborg Kommune, ejendomsejere, virksomheder, ejendomsmæglere og eventarrangører har på møde den 12. november 2018 drøftet ideen om Viborg midtby som resort-område. Der var blandt deltagerne enighed om at resorttankegangen er rigtig og at tiltag derfor naturligt indtænker samtlige aktører omkring Viborg midtby som ansvarlige og relevante deltagere.

Resort Viborg midtby i praksis

For at operationalisere ideen om Viborg midtby som resort med fokus på indkøbsmuligheder, oplevelser og faciliteter foreslås det, at der nedsættes 4 indsatsgrupper med ansvar for hvert sit indsatsområde, og hvor hvert indsatsområde inkluderer repræsentanter fra aktører med interesse i Viborg midtby:

Citymanagement – Leder og koordinerer det overordnede samarbejde mellem aktørerne. Tænker i helheder og udfordrer aktørerne samt sørger for inddragelse af aktører, der ikke er umiddelbar del af Viborg midtby, f. eks. frivillige, ildsjæle, kulturinstitutioner, uddannelsesinstitutioner, studerende m.v. Deler viden og erfaringer.

Aktiviteter og events - Planlægning, tilpasning og videreudvikling af nye og eksisterende aktiviteter og events – 'nedlukning' af andre. Fokus på kvalitet frem for kvantitet og på hvordan events- og aktiviteter skaber mersalg. Deler viden og erfaringer.

Innovation og byudvikling – Gennemførelse af innovationsprojekter (f. eks. tracking af besøgende baseret på sensortechnologi), byplanlægning og byudviklingstiltag med fokus på hvordan byrum, faciliteter og midlertidige installationer bedst understøtter en levende og attraktiv midtby. Deler viden og erfaringer.

Markedsføring og salg – Fokus på markedsføring og salg af oplevelser, faciliteter og indkøbsmuligheder i Viborg - både for 'resortet' som helhed og for de enkelte aktørers salg og markedsføring. Indsatsgruppen har særlig fokus på service/salgsoplevelsen i 'resortet'. Deler viden og erfaringer.

