

VISIONER OM EN Ø-DESTINATION

Er det en god idé – hvorfor og hvordan? Potentialer for et ø-brand

Tænketanken for dansk ø-turisme, Odense den 24/01/2018

Kender han til danske øer?

Skarø, Venø og Fanø i 70'erne

Marstal og Søby med fodbold

Cykeltur til Spodsbjerg i 8. klasse

Vandretur over Mors

Æbleø med Nordfyns Ungdomsskole – og senere med Erhvervsråd Nordfyn

Samsø og Bornholm med Mimi Jakobsen

Ø-turisme med Lise og Morten på Lyø og Avernakø/Korshavn

Helnæs i foråret

Kender han til turisme?

Wonderful Copenhagen

Helårsturisme

Vækstanalyse Midtjylland

Videncenter for Kystturisme

Oplevelsesbaseret Kystturisme

Inspiring Denmark

Dansk Kyst og Naturturisme

Et land med kant (ehsb.dk)

Turismens Vækstråd

Mødeindustriens Dag

REACT

Vestkystturisme

Ny bog på vej: "Lokal ledelse – lokal vækst" (Gyldendal, august 2018)

Mit oplæg i dag

Er ø-turismen en del af det større billede af dansk turisme?

Er der oplevelsesværdi/attraktivitet?

Er der volumen/kritisk masse?

Kan det lade sig gøre?

Der var engang (der er) to poler i dansk turisme

Danmark (VisitDenmark)

- Tyske feriehusgæster – boom efter murens fald
- Feriehusudlejere den dominerende koalition
- Budget-projekt (bred/lav middelklasse)

København (Wonderful Copenhagen)

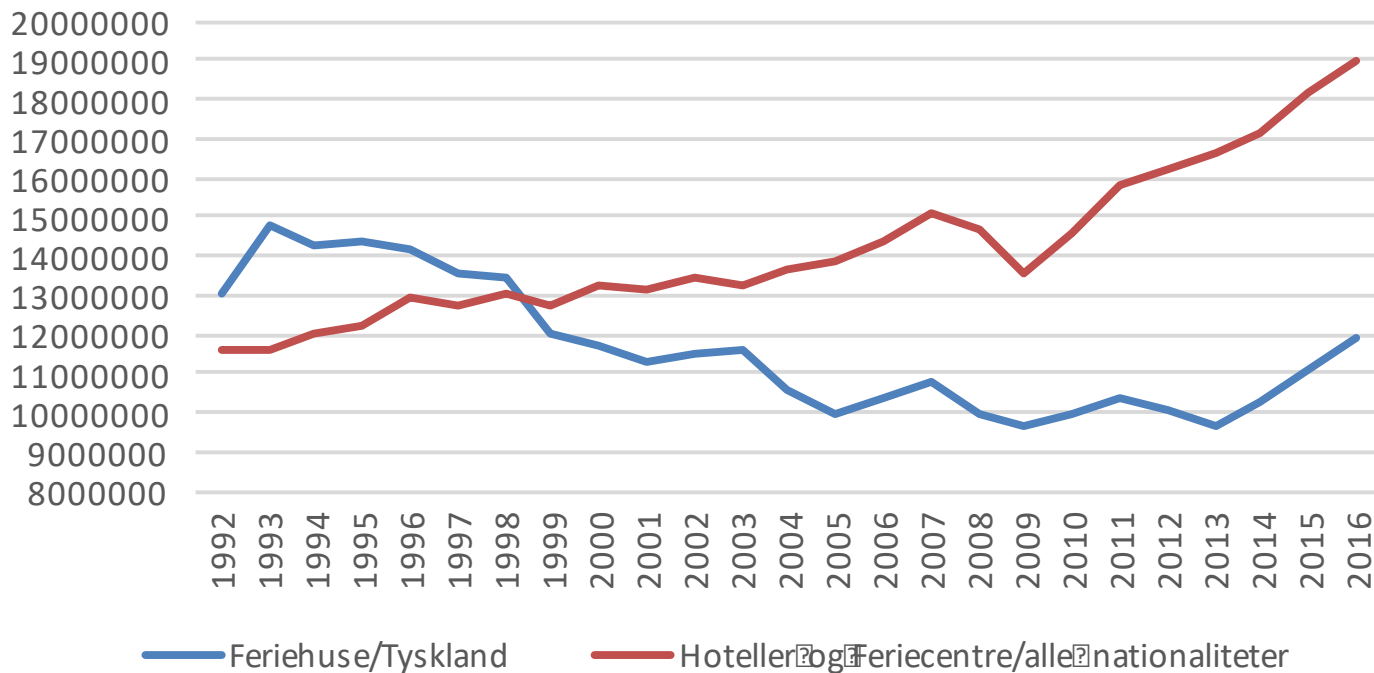
- Nyhavn, sydsvenske dagsturister, ingen nye hoteller i 25 år
- Lufthavn, havn, hoteller, Bella Center
- Re-branding efter 1996 – København som moderne by

Øer?

- Ja; Rømø!

Sceneskifte i 1999

Antal overnatninger, hele Danmark



Særlige feriesteder – ”centre” med kritisk masse

20 særlige feriesteder udvalgt i 2012 af Videncenter for Kystturisme

- *Vestkysten*: Skagen, Lønstrup, Løkken, Blokhus, Vorupør/Klitmøller, Søndervig, Hvide Sande, Henne Strand, Blåvand, **Fanø og Rømø**
- *Øvrige*: Ebeltoft, Billund, **Sønderborg**, Svendborg, **Marielyst**, **Møn**, Rørvig, Gilleleje og **Allinge-Sandvig**

Øer?

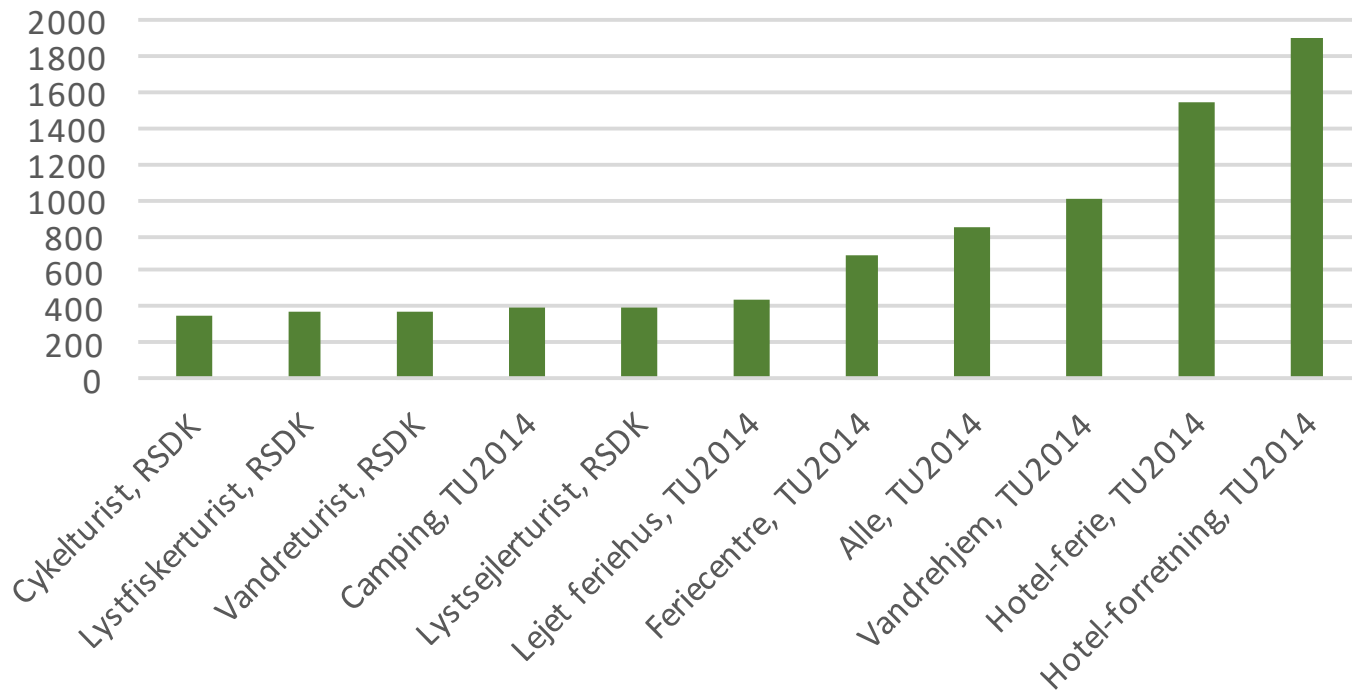
- 6 af 20 feriesteder er øer!

Vestkysten?

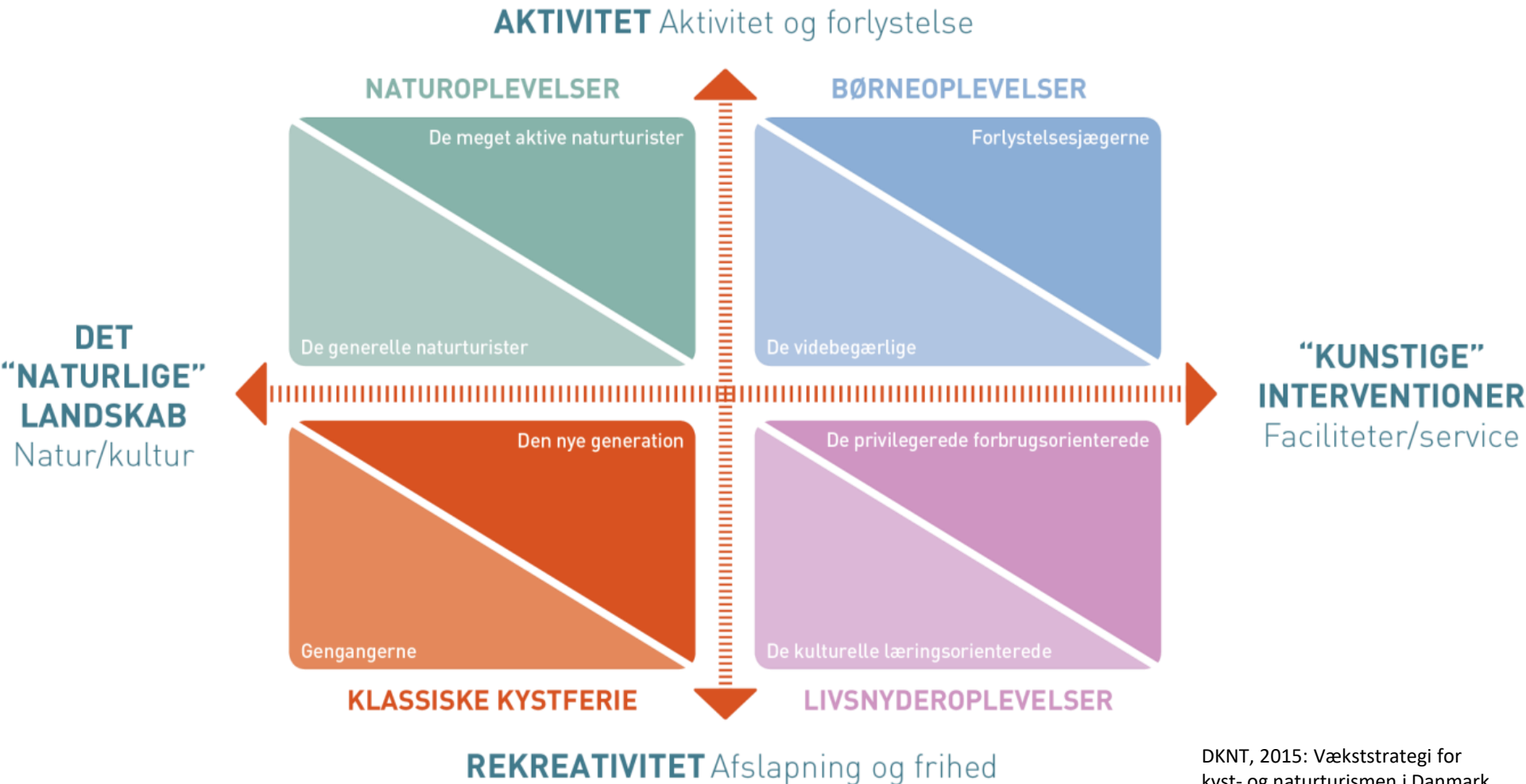
- Den bærende intention bag Videncenter for Kystturisme

Forskellig betalingsvilje i forskellige segmenter

Turisternes døgnsforbrug



Nye oplevelsestyper og segmenter – øget værdi

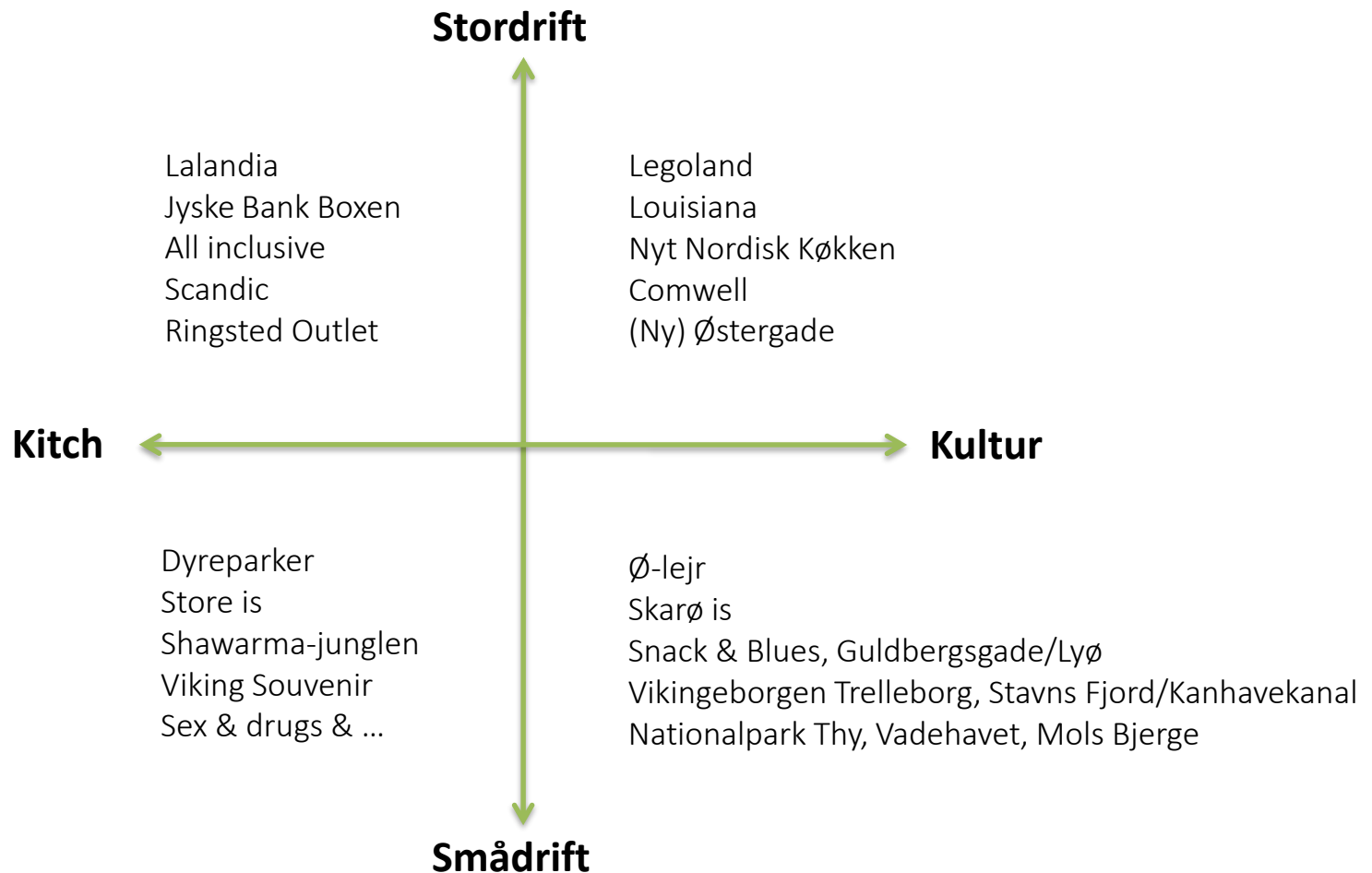


Oplevelsesprofiler – ”genrer” af feriesteder

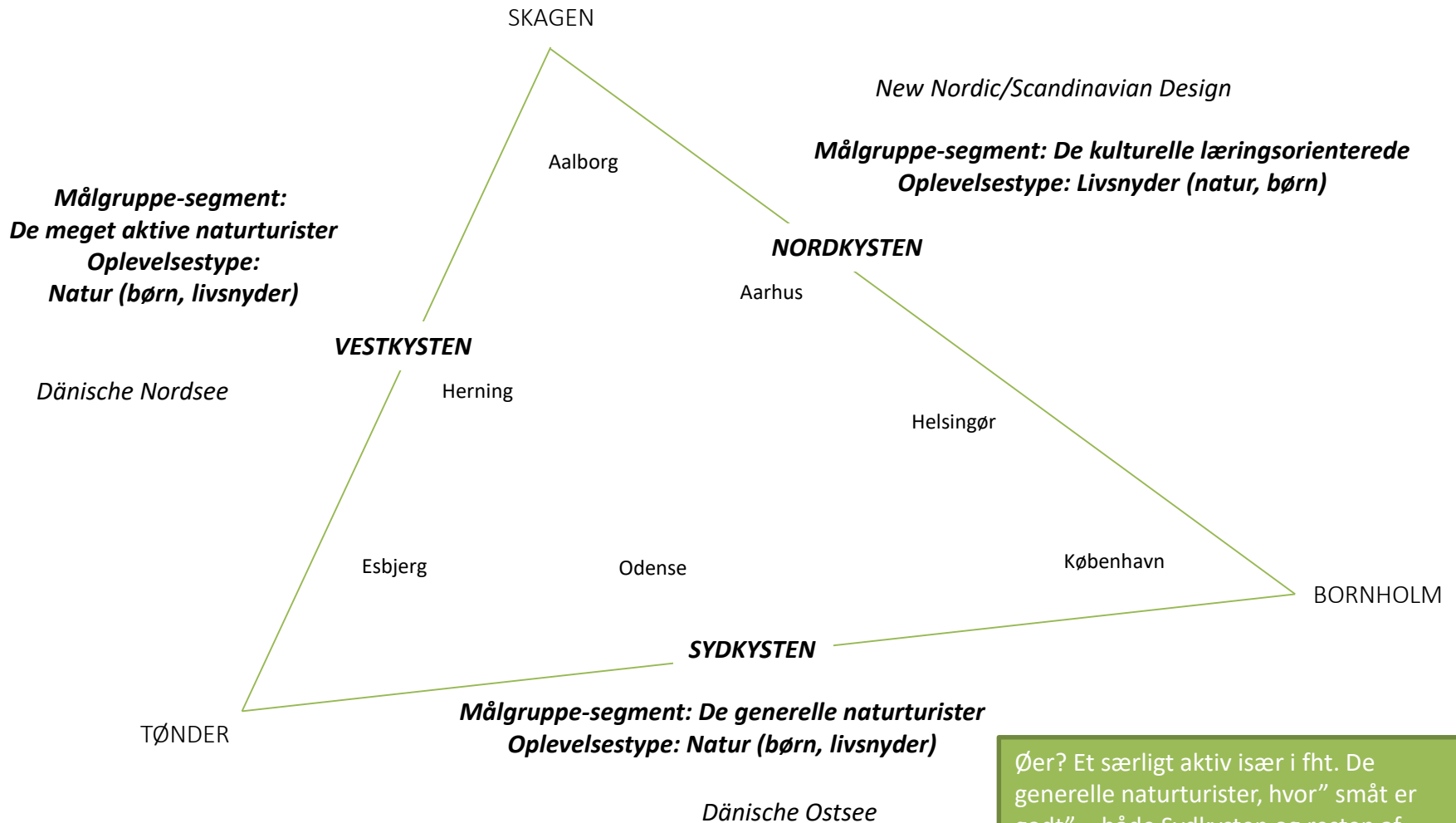
Gæsteundersøgelser analyseret statistisk i 2016 af sorsoso, TI og EHSB for DKNT målte ”store oplevelser”:

- Klassisk kystferie: 10 vestkystferiesteder + **Marielyst**
- Naturoplevelser: **Svendborg, Møn, Allinge-Sandvig**, Vorupør-Klitmøller, Hvide Sande og Skagen
- Livsnyderoplevelser: Sønderborg, Gilleleje, Svendborg og Skagen
- Børneoplevelser: Billund

Modvirke lav værdi og små-skala-ulempers: Linke niches til centre – tematisk og geografisk



Et nyt billede af kyst-turismen



Øer? Et særligt aktiv især i fht. De generelle naturturister, hvor "småt er godt" – både Sydkysten og resten af landet

Ø-turisme er kæmpe stort i Tyskland – og se lige alle de danske øer i billedet



Er der oplevelsesværdi/attraktivitet?

Som selvstændige destinationer/feriesteder? (kapacitet/oplevelser)

- Større øer; ja!
- Mindre øer; nej!

Som mål for dagsture/ "worth a detour"

- Ja!; hvis der tilgængelighed og et specifikt koncept/ et mål/ en anledning (fange den fisk, se den udsigt, gå den tur, løbe det løb, sove/spise det sted, plukke den frugt, smage den råvare, markere den årstid osv.)

Hvis det mangler?

- Selv udvikle det – fx events (fx Folkemødet)
- Partnerskab med udenøjs indhold (fx deltagere på Folkemødet)

Linke øer til centre og gæster – hvordan?

Morten Priesholm har nævnt:

- Snack & Blues på Nørrebro i København - sommercafé på Lyø Gl Skole
- Anholt Gin er et samarbejde mellem et par anholdere og en entreprenant, københavnsk musiker.
- Barsø singlefarm-ost; samarbejde mellem Barsøs økologiske landmand og Arla
- Økologisk Endelave Flødeost produceres i et samarbejde mellem Barrit Mejeri og Karsten og Ghita Hansen, der er mælkeproducenter på Endelave

Andre eksempler på links/communities:

- Ø-lejr bevægelsen
- Sandvig Is Kalas Is, Hotel og Restaurant Nordlandet, Gæstgiveren (København A)
- Lilleø Fælles Frugtplantage (Danmarks første andelsfrugtplantage)
- Erhvervsgrupper på Vadehavscenteret
- Lejre Økologisk Kommune (Danmarks Naturfredningsforening)
- Danmarks Økologiske Jordbrugsfond (DN, Økologisk Landsforening – med for 25.000 kr)

Destination eller brand?

Helt klart brand!

- Ø-pas, Dansk Ø-ferie/**Færgen** viser vejen!
- Sæt mere skub i den slags – se hvad der virker

Helt klart ikke destination

- Bliver let forening af ”særligt små feriesteder” – skal linke til ”særlige feriesteder”
- Som regel ikke bredere end 2-4 kommuner (VisitNordsjælland og LEGOLAND Billund Resort undtaget) – hurtigt alt for komplekst
- Én Vestkyst-destination fx helt umuligt! (11 kommuner, 3 regioner)

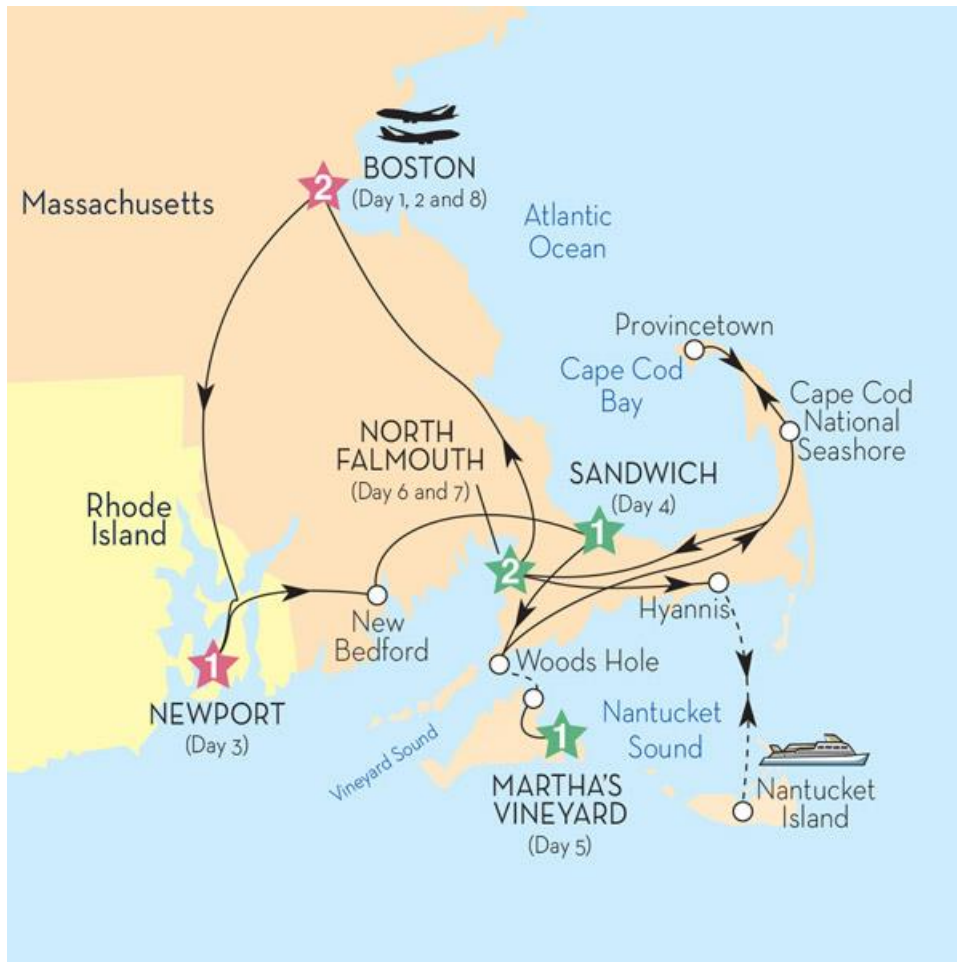
Kan det lade sig gøre?

- Skal have et nationalt ophæng - ellers bliver man aldrig enige!
- Skal have en professionel bestyrelse (professionelle investorer/fond?)
- Gerne have en international inspirationskilde/forbillede
- Skal være nationalt og tænkt sammen i integreret "Sydkyst-produkt" - må ikke blive isolationistisk ø-tænkning
- Skal have følgere/opbakning fra kendte og respekterede personer – start med "fanklubben"
- Skal have signatur-steder og signatur-begivenheder - stedsudvikling af "Øen" (skab også gerne "øer" andre steder – fx i byen eller i skoven eller på marken ...)

Til diskussion

- Kan vi tænke øer sammen med andre oplevelser/produkter – ”øen” i en bredere betydning?
- Kunne der være et nationalt ”ø-partnerskab” – hvor øerne ikke bare indgår partnerskab med hinanden, men også med indholds-skabere udefra?
- Hvilke virksomheder ville bakke det op?
- Hvilke øer skal gå forrest? Møn? Bornholm? Samsø? Als?
- Hvem kunne ellers bakke op?

Inspiration - Boston, Cape Cod og Martha's Vineyard



Insightvacations.com
The Art of Travelling in Style