

# TÆNKETANK FOR DANSK Ø-TURISME

---

## Kommissorium for tænketanken

Tænketanken er nedsat i regi af projektet ”Øerne på turisme-landkortet: Ø-PAS 2017”

Styregruppe til den praktiske ledelse af selve projektet består af

Dorthe Winther, Formand, Sammenslutningen af Danske Småøer

Jan Bendix, Bestyrelsesmedlem i Sammenslutningen af Danske Småøer

Lise Thillemann Sørensen, Sekretariatsleder, Sammenslutningen af Danske Småøer

## Tænketank for dansk ø-turisme

**Formålet** med tænketanken er dels at bruge den interesse for øerne, som ø-passet skaber, til at udvikle nye muligheder for turisterhvervene på øerne, og dels at skabe grundlag for fortløbende samarbejder om udviklingen af turisme på de danske øer også efter projektperiodens udløb.

**Kommissorium** for tænketanken er følgende

- Hovedopgaven for tænketanken er at samarbejde om *udviklingen af turismen på de danske øer* - Herunder drøfte spørgsmålet ”hvordan får vi fremover sat øerne på landkortet som en samlet destination?”
- Tænketanken skal være et forum, hvor vi kan tænke fremad, skabe nye visioner og sparre om kommende fælles turisme-tiltag.
- Tænketanken skal følge projektet og på et overordnet plan rådgive og komme med input til eksempelvis branding og digitale løsninger vedr. Ø-pas 2017. De endelige beslutninger om hvilke løsninger der vælges i projektet træffes ikke i tænketanken men i projektets styregruppe.

**Tematiske møder** er den form tænketanken mødes under. Her forpligter tænketankens medlemmer sig til at komme med oplæg, når det er relevant. Desuden kan der inviteres relevante oplægsholdere udefra.

De to første temaer er fastlagt, da styregruppen har behov for afklaring i projektsammenhæng, og vil blive behandlet på første møde 22.2.17. De er:

- Digital platform for *Destination De Danske Øer*
- Brandingplan

De øvrige temaer til de kommende møder planlægges/udvælges i tænketanken.

Vi forventer at møderne starter med et oplæg, og at der er sendt materiale ud på forhånd (2-3 sider) til medlemmerne.

# TÆNKETANK FOR DANSK Ø-TURISME

---

## Deltagere i tænketanken er

Dorthe Winther	Sammenslutningen af Danske Småøer
Jan Bendix	Sammenslutningen af Danske Småøer
Lise Thillemann Sørensen	Sammenslutningen af Danske Småøer
Brita Leth	Ø-turismeambassadør, tilknyttet projektet som konsulent
Jakob Lei	LAG Småøerne
Jan Fritz Hansen	Færgesekretariatet
Eva Thybo	VisitDenmark
Lindy Kjøller	Danske Færger A/S

Herudover kan andre relevante organisationer og personer inviteres med, enten permanent eller fra gang til gang. Vi har KL, Dansk Kyst- og Naturturisme, private turistkonsulenter, Naturturisme I/S og Erhvervsstyrelsen i tankerne. Det besluttes bl.a. på tænketankens møder.

## Hvornår: Der planlægges 4-5 møder i projektperioden

- 22. februar kl. 8.30 til 12.00 inkl. frokost. København.
- 4. april kl. 9.30 til 13 med frokost efterfølgende. Odense.

*De øvrige mødedatoer drøftes til første møde, men vores oplæg er følgende:*

- ? inden sommer?
- 28. september kl. 9.30 til 13 med frokost efterfølgende. Odense.
- 24. januar 2018 kl. 9.30 til 13 med frokost efterfølgende. Odense.

**Praktisk:** Sammenslutningen af Danske Småøer står for det praktiske vedr. afholdelsen af møder for tænketanken. Mødeleder til tænketankens møder er Jan Bendix.

Bortset fra 1. møde, der holdes i København, forventes det at møderne afholdes på Mødecenter Odense, Buchwaldsgade 48, 5000 Odense C.

**Bemærk:** Deltagerne betaler selv transportudgifter til møderne, ligesom der ikke betales for deltagernes tid.

Kontakt-info: Lise Thillemann Sørensen, Sekretariatsleder, Sammenslutningen af Danske Småøer på [ls@danske-smaaoer.dk](mailto:ls@danske-smaaoer.dk) eller ring på 62513993

Med venlig hilsen

På styregruppens vegne

*Dorthe Winther*

Formand, Sammenslutningen af Danske Småøer



## REFERAT

Første møde i Tænketaank for Dansk Ø-turisme den  
**22. februar 2017 kl. 8.30 til 12.00**

### Deltagere:

Dorthe Winther	Formand, Sammenslutningen af Danske Småøer (SaDS)
Jan Bendix	Bestyrelsesmedlem, Sammenslutningen af Danske Småøer (SaDS)
Lise Thillemann Sørensen	Sekretariatsleder, Sammenslutningen af Danske Småøer (SaDS)
Brita Leth	Ø-turismeambassadør, tilknyttet projektet som konsulent
Jakob Lei	Repræsentant for LAG Småøerne
Jan Fritz Hansen	Sekretariatsleder, Færgesekretariatet
Eva Thybo	Fundraising & relationship manager, VisitDenmark
Marie Louise Schmidt	Business & relationship manager, VisitDenmark
Lindy Kjøller	Marketingschef, Dansk Ø-ferie (Færgen A/S)

**Mødeleder:** Jan Bendix.

- **Velkomst og præsentation.**

Jan Bendix bød velkommen, tak til VisitDenmark for at facilitere mødet. Deltagerne præsenterede sig selv.

Eva Thybo gjorde opmærksom på, at VisitDenmarks deltagelse i Tænketaanken ville ske under hensyn til de begrænsede ressourcer, som VisitDenmark kan afsætte til projektet. Eva Thybo gav tilsagn om at kommentere på materiale og formidle kontakter i VisitDenmarks netværk.

- **Tænketaankens kommissorium.**

Er beskrevet i særskilt dokument og blev kort drøftet.

- **Orientering om projektet 'Øerne på turisme-landkortet: Ø-PAS 2017'.**

Orientering om projektets økonomi i fht. det faktum at SaDS ikke er momsregistreret. Det har betydning for hele budgettet, da moms nu skal være indeholdt i alle udgifterne. Muligheden for at overdrage projektet til Færgesekretariatet er undersøgt, men har ikke kunnet lade sig gøre.

Det undersøges om der kan laves et særskilt CVR-nummer for Ø-pas projektet.

Der vil blive arbejdet videre med synergier mellem småøernes indsats og Færgens allerede etablerede aktiviteter.

Styregruppen bearbejder det ændrede grundlag og fremsender endeligt projektbudget til orientering.

Lindy Kjøller foreslog direkte fakturering til Dansk Ø-ferie, hvor dette måtte være hensigtsmæssigt.

- **Brandingmuligheder**

På baggrund af to oplæg ved Britta Leth og Eva Thybo, drøftedes mulighederne for branding af Ø-pas. Projektet vil indgå i Dansk Kyst- og Naturturismes kampagne 'Elsker Danmark', hvor Visitdenmark og DanskØ-ferie i øvrigt allerede indgår.

Ø-Pas får synlighed på kampagnens danmarkskort. Kunder skal kunne booke konkrete (Ø-)produkter, bestille Ø-passet, downloade Ø-passet, 'opdage' småøerne.

Der udarbejdes en plan for branding af Ø-pas i 2017 og en strategi for samarbejde med VisitDK. (Planen vil blive fremlagt til drøftelse på næste møde den 4. april). Fokus er på det tyske marked – (med mulighed for spill-over til fx Holland, Sverige mm.).

Muligheder for at søge nye midler til branding fremover - i 2018 undersøges. Kan vi inddrage turistcheferne på de større øer? Kan Real Dania involveres – knyttes på fx *Landdistriktspuljens midler til forsknings- og informationsprojekter*, hvor projekter i 2017 vil indenfor temaet "Branding med udgangspunkt i stedspecifikke kvaliteter – organisering og effekt" bliver prioriteret. Puljens formål er at få belyst, hvad der skal til, for at lokale initiativer som fx udvikling af turistdestinationer eller markedsføring af nye produkter lykkes med at opbygge eller knytte an til et brand baseret på de særlige lokale potentialer og kvaliteter. Næste ansøgning er den 10.4.

Hvad kan DKNT byde ind med ifht. destination Øerne?

Jan Bendix og Lindy Kjølner drøfter efterfølgende mulighederne for at Dansk Ø-ferie kan ansøge landdistriktspuljen i april eller andre fondsmuligheder om midler til branding/udvikling af branding.

Tænketanken anbefaler, at projektet opfattes som en første fase i en massiv branding af Ø-ferier.

- **Digital platform for destinationen dansk Ø-turisme**

På baggrund af to oplæg ved Eva Thybo og Lindy Kjølner blev mulighederne for at inddrage småøerne i Dansk Ø-ferieportalen samt i Oplev Danmark drøftet.

Projektets styregruppe og Lindy Kjølner drøfter efterfølgende udformningen af samarbejdet mellem Dansk Ø-ferie og småøerne med henblik på at benytte og videreudvikle platformen. Der skal udformes en plan for implementering i Dansk Ø-ferie: fase1, fase2, fase3.... samt sættes målsætninger for flere overnatninger mm. og på hvor mange øer.

Målet er at opbygge en større interesse for øerne hos kunderne, synliggøre hvilke produkter, der findes - og hvordan hænger de sammen. Vi ønsker input fra turisterne mht. efterspørgsel, som kan videregives til virksomhederne, og herudfra lave best-cases for produktpakker.

Jakob Lei gjorde opmærksom på at det er vigtigt, at synliggøre hvad virksomhederne får for de 12% provision. Der skal laves en faktuel side til virksomhederne – fx eksponeringen er XX. Succeser fra anvendelse af platformen formidles til nye interessenter.

Samtidig kobles Ø-Pas til Oplev Danmark, som er en overordnet platform, der har til formål at samle kultur- og naturtilbud i hele landet. Endvidere foreslås kobling til Dansk Kyst- og Naturturisme.

- **Kommende møder**

Temaerne for møderne udmeldes senere.

- |                                  |   |
|----------------------------------|---|
| 2. møde, <b>4. april.</b>        | kl. 9.30 -13.00, efterfølgende frokost. |
| 3. møde, <b>9. juni:</b>         | kl. 9.30 -13.00, efterfølgende frokost. |
| 4. møde, <b>28. september:</b>   | kl. 9.30 -13.00, efterfølgende frokost. |
| 5. møde, <b>24. januar 2018:</b> | kl. 9.30 -13.00, efterfølgende frokost. |

Der er desuden mulighed for at mødes på folkemødet 14.-18. juni.

LS 23/2/2017



## Referat af andet møde i Tænk tank for Dansk Ø-turisme

den 9. juni 2017 i Odense

### Deltagere:

- Dorthe Winther, formand Sammenslutningen af Danske Småøer
- Jan Bendix (mødeleder i tænketanken), bestyrelsesmedlem Sammenslutningen af Danske Småøer
- Lise Thillemann Sørensen, sekretariatsleder, Sammenslutningen af Danske Småøer
- Britta Leth, Ø-turismeambassadør
- Jakob Lei, LAG Småøerne (indehaver af Årø Vingård)
- Jan Fritz Hansen, Færgesekretariatet
- Eva Thybo, VisitDenmark
- Lindy Kjøller, Danske Færger A/S
- Sisse Wildt, Dansk Kyst- og Naturturisme
- Christian Olkjær-Rohde, Center for Vækst og Beskæftigelse, KL

## REFERAT

Præsentationer til formiddagens oplæg er vedhæftet dette referat. Det drejer sig om følgende oplæg:

- **Ø-PAS 2017 baner vejen for en samlet ø-destination.** Herunder status og fremdrift på projektet *Øerne på turismelandkortet: Ø-Pas 2017*.  
v/ Britta Leth, Sammenslutningen af Danske Småøer
- **Kompetenceudvikling af øerne**  
v/ Sisse Wildt, Dansk Kyst- og Naturturisme
- **Samlet destination for de danske øer**  
Visit Danmarks opfattelse af "krav til en destination"  
v/ Eva Thybo
- **Samlet destination for de danske øer**  
Dansk Kyst- og Naturturisme: "Fordele og ulemper ved en samlet ø-destination".  
v/ Sisse Wildt

### Samlet destination for de danske øer

*Under og efter oplæggene drøftedes idéen om en samlet destination for de danske øer, mht. muligheder og målgrupper. Bl.a. blev følgende synspunkter og overvejelser fremsat og debatteret:*

En samlet destination eller fælles markedsføring?

De danske øer fungerer i en samlet gruppe i forhold til branding og synlighed, men destinationsbegrebet fungerer ifl. Dansk Kyst og Naturturisme ikke for de danske øer pga. den geografiske spredning, da destinationsbegrebet er defineret til et fysisk afgrænset geografisk område (men ud over kommune- og regionsgrænser). Det kræver kritisk masse og potentiale for at udvikle. Branding kan derimod omfatte større områder.

I en destinationsudvikling skal man profilere *forskelligheden* af øerne – en 'reason to go' for hver enkelt ø. Udfordringen er at finde hver øs egen signatur. Der skal på den enkelte ø findes et fælles ejerskab ift. signaturen og på tværs af værdikæderne. Det vil sige, at man skal turde vælge et fyrtårn! Hvad skal være øens signatur? - som de øvrige ting og oplevelser skal 'sælges' på! Oplevelsesudvikling skal ske lokalt og *med* erhvervsvirksomhederne - og med afsæt i øens signatur.

Udfordringen for de mindre øer er at opnå en tilstrækkelig kritisk masse (antal overnatninger, antal omsætning pr. gæst) set i forhold til øernes vilkår/størrelse. Det hænger sammen med at have 'varer på hylderne'. Øerne har potentiale for udvikling (jf. den nationale strategi, der fokuserer på vækstprocenter).

Marketingsmæssigt giver det mening at samle de danske øer i en fælles brandingkampagne. Det danske ø-rige viser et turismemæssigt potentiale og styrker den fælles fortælling om Danmark. Der er skabt en unik platform med ø-passet, som giver plads for fælles marketing og branding og desuden for en fælles booking/salgplatform. En innovativ produktudvikling kan komme herefter. Her er det vigtigt at blive mere differentieret! Ø-passet er for ens øerne imellem. Desuden skal kvaliteten løftes på ø-produkterne. En af erfaringerne med ø-passet og det at se øerne som en samlet destination er, at ø-produkterne bliver attraktive for turisterne.

Øerne ER virtuelle – de har ikke et turistkontor. Her er markedsføring vigtig. Hvor er øerne synlige?? Den enkelte fastlandsdestination viser ikke nødvendigvis øernes produkter. Øerne kan i dag med fordel indgå i et lokalt destinationsarbejde i de områder, de ligger i. Værdien af et samspil med ø-kommunerne understregedes.

Hvad er det turisterne efterspørger på en ø? Tilstedeværelse, nærvær, originalitet. Hvad er det vi skal markedsføre. Samtidig skal ambitionen være i verdensklasse! Kombination af den digitale verden, der signalerer 'at her er vi off-line...'!

Keep it simpel: Der skal være varer på hylden (dvs. hvad mangler vi på vores ø for at stille kunden tilfreds?) Og ved siden af skal aktørerne være helt oppe i gear på de digitale platforme.

Christian gjorde opmærksom på KL's publikation *Attraktive destinationer - Turismepolitiske anbefalinger til kommunerne*, og at anbefalingerne spiller godt sammen med indeværende projekt og med markedsføringsinvesteringer i en samlet destination for det danske ø-rige, der vil give effekt på lang sigt.

**Behov for analyse:**

Der var enighed om at der er behov for at finde et fælles udgangspunkt (base line), med sammenlignelige tal for turismen på øerne (analysen kan muligvis kobles på evalueringen af landevejsprincippet). Eksempelvis antal overnatninger og/eller antal dagsturister. Fælles definition af en turist skal formuleres.

**Hvem er målgrupperne?**

Målgruppe: hvem er det der efterspørger øerne? Vi skal føde dem med oplevelser.

Det er vigtigt at lave en segmentering (evt. på hver ø – også i forhold til hvilke produkter man udbyder på øen). Dels skal produktet udvikles/kvalitetsforbedres – dels skal tilgængeligheden gøres bedre.

Der skal fokus på praktikaliteter: hvordan får vi folk på øerne/hvordan får vi 'solgt 'pakken'.

Dette kræver en afklaring af hvem færgerne må understøtte på en ø uden at konkurrenceforvride? (Hvor meget værdi må vi skabe med færgerne, f.eks. i forhold til private turbådsførere). Der er brug for en afklaring om hvad en kommunal færge må og ikke må.

**Konklusion af drøftelserne:**

Vi ønsker

- Fremtidig projektorganisering og en finansiering af denne.
- Et analysegrundlag for turismen på øerne.
- Kompetenceudvikling (kan desuden pege på produktudvikling.)

Et kommende projekt skal indeholde:

- Fælles markedsføring af et ørige i 'verdensklasse'
- Udbyde fælles produktsalg for øerne
- Udvælge/finde de fyrtårne, der kan tilbyde produkterne
- Brande øerne/produkterne på SoMe
- Fælles kvalitetsudvikling, (i virksomhederne såvel som på færgerne).
- Drive ø-passet fremover
- Være koordinator for samarbejdspartnere
- Evt. tilbyde konsulentydelse?

Et fremtidigt projekt skal *IKKE* indeholde:

- Turistservice lokalt
- Kompetenceudvikling
- Forretningsudvikling
- Specifik udvikling af den enkelte ø – det skal ske lokalt
- Opdatering af guide DK – det skal det lokale turistbureau stå for (Lindy: men findes de ressourcer – oplever ikke at det sker??)

Det skal afklares:

- Hvem er projektholder? Forening – partnerskab: et netværks-projekt, som partnere indgår i med forskellige roller. Projektet søger midler. Kan Dansk ø-ferie være projektholder?
- Hvem varetager opgaverne?

Partnere i et kommende projekt: Nøgleinteressenter, samarbejdspartnere mm., virksomheder, færgeselskaber, kommuner, visitororganisationer, turistbureauer.

### **Finansiering af fremtidig indsats:**

Landdistriktspuljen er for lille! Og er desuden ofte tematiseret.

Finansiering skal derfor findes af andre kanaler. Det ligger indenfor erhvervsfremme: Dvs. stor konkurrence.

### **Kommende møder i tænketanken:**

*Datoer:*

- 3. møde, **28. september:** kl. 9.30 -13.00, efterfølgende frokost.

**Tema: Fremtidige fælles indsatser for de danske øer.** Muligheder og organisering fremover. Projektmodeller præsenteres til drøftelse i tænketanken.

- 4. møde, **24. januar 2018:** kl. 9.30 -13.00, efterfølgende frokost.

Referent

*Lise Thillemann Sørensen*

Sammenslutningen af Danske Småøer

**P.S.** Se mere her om KLs Turisme træf i Odense 28.- 29. august her: <http://www.kl.dk/Erhvervs--og-regionaludvikling/Turismetraf-17-id223641/?n=0>



## Turismeudvikling på de danske øer – fokus på samarbejde

Sammenslutningen af Danske Småøer (SaDS) og LAG Småøerne afholdt seminar den 24. januar 2018. Seminarets 61 deltagere primært fra ø-turismevirksomheder og turismeorganisationer deltog imellem oplæg i debatten om *at styrke dialogen og udviklingen af turismen på de danske øer*, som Dorthe Winther, formand for SaDS formulerede det i sin velkomst.

Seminaret markerede afslutningen på Tænk tanken for Dansk Ø-turismes arbejde, hvor ø-passet, destinationsudvikling på de danske øer og samarbejde har været i fokus.

*Der var blandt deltagerne dels interesse for at udvikle en fælles markedsføring for de danske øer og dels et gensidigt ønske om at indgå samarbejder mellem virksomheder og turistorganisationer.*

Øvrige mere konkrete fokuspunkter var:

- SaDS har i januar 2018 overdraget ø-pas konceptet til Landdistrikternes Fællesråd (LDF), som vil have ansvaret for videre konceptudvikling og distribution. SaDS vil være sparringspartner i dette arbejde.
- Der kan indbygges incitamentsordninger (gratis ydelser) i ø-passet
- Der er en god interesse for videreudvikling af et fælles ø-brand med fælles perspektiver og profilering af den enkelte ø, som LDF vil arbejde videre med udviklingen af.
- En fælles ø-portal kan tage udgangspunkt i ø-passets portal på VisitDanmark, hvorfra der kan linkes videre.
- Visitorganisationerne vil gerne hjælpe og udvikle ø-virksomhederne – inden for de kommunale rammer.
- *Ø-virksomhederne opfordres til at være meget mere aktive i henvendelser til de lokale visitorganisationer samt ikke mindst være meget bevidste om lokale og egne behov. Ikke alle har samme behov, og der skal være plads til differentiering.*
- *Der opfordres til dannelse af netværk og klynger for samarbejde – gerne med fastlandet – og gerne på initiativ fra visitorganisationerne*
- Udviklingstiltag kan både være generelle og målrettet den enkelte.
- Efterlysning af data til videre turismeudvikling: Danske Færger, danske sommerhusejere og ø-passet kan medvirke her.

Der var fokus på, at samarbejdet udvikles igennem initiativer fra både ø-virksomheder og visitorganisationerne.

### Ø – passet og Tænk tanken for Dansk Ø-turisme

Det forberedende arbejde med ø-passet påbegyndtes af Sammenslutningen af Danske Småøer, LAG Småøerne, Færgen A/S, Færgesekretariatet og færgeselskaberne i 2016, og i 2017 blev Tænk tanken nedsat. Indtil nu er ø-passet trykt i ca. 200.000 ex. og oversat til tysk og engelsk, og der er gennemført en stor markedsføringsindsats. Der er hermed skabt en unik platform for turismen på øerne.

## Destination de danske øer?

I Tænk tankens regi er idéerne om etablering af en ø-destination eller et ø-brand fremkommet. Debatten drejede sig om, hvordan kræfterne og ressourcerne udnyttes bedst muligt til den bedste markedsføring af øerne.

LAG Småøerne anbefalede, at markedsføring eller branding af småøerne i turismesammenhæng bør bygge på en indsats hos øernes turismevirksomheder – med fokus på

1. samarbejde (om bl.a. udvikling af de lokale turismeprodukter),
2. investeringer,
3. produkt- og forretningsudvikling.

Det blev også understreget, at ø-virksomhederne derfor bør være en del af den organisering, som står bag ø-markedsføring/destination.

Hovedindlægget om hvor vidt en fælles ø markedsføring kan/skal struktureres som et brand eller en destination, blev leveret af Eskild Hansen. Turismesektoren har siden 1999 udviklet sig hen mod at arbejde målrettet i forhold til segmenter af turister: Hvilke målgrupper efterspørger hvad, og hvad vil de betale? Der bliver arbejdet ud fra oplevelsesværdier og attraktivitet sammen med volumen. Øerne egner sig ikke til en destinationsstruktur på grund af geografisk og indholdsmæssig forskellighed. Et fælles ø-brand kan udvikles med baggrund i ø-passet, således at det fælles ø-koncept fastholdes, mens de enkelte øer samtidigt markedsføres på deres signatur. Et fælles brand kræver ikke den samme organisatoriske struktur som en destination, men det anbefales, at der er et nationalt ophæng, så øerne tænkes ind i en større sammenhæng.

Input fra de tre indbudte kommentatorer og fra deltagerne pegede på, at ø-riget er et godt udgangspunkt for markedsføring sammen med ø-passet. Det er nødvendigt med en fælles overligger og udvikling af begrebet en ø. Der skal sigtes på segmenterede målgrupper, så forskellige ønsker og behov kan tilfredsstilles. Det er nødvendigt at samarbejde med fastlandet, da kapaciteten på øerne ikke er stor nok til at klare alt. Gæsten bliver dermed også længere i hele lokalområdet og får dermed flere oplevelser. En dynamisk tilgang til udviklingen af et brand er hensigtsmæssig, i det de enkelte turistvirksomheder aktivt skal være med i partnerskaber – og det vil naturligt nok foregå i forskelligt tempo og behov. Adskillige problematiserede de små virksomheders ressourcer i relation til "hvor mange organiseringer, skal vi markedsføres i – og dermed lægge tid og penge".

## Samarbejde – samarbejde – samarbejde

Hvordan ser Visitorganisationerne på øerne? Resultatet af en mini spørgeskemaundersøgelse i de 19 småø kommuner viser, at øerne har en stor turismeattraktivitet, som markedsføres særskilt. De store udfordringer er manglende kapacitet og dårlig udnyttelse af potentialerne samt forbundetheden mellem turismevirksomheder og hele øen.

Erfaringerne fra samarbejde mellem VisitFaaborg og Avernakø Landhotel & Geder viser, at ø-virksomheden skal påtage sig en meget aktiv rolle i samarbejdet, og der skal tales åbent om, hvilket turisme- og

kvalitetsniveau øen ønsker. Visitororganisationen kan godt handle selvstændigt, men aktiv inddragelse af virksomhederne er at foretrække.

Aarø Vingård lagde stor vægt på, at i samarbejdet mellem øerne og visitororganisationerne skal virksomheden skal være *tilgængelig, flytbar og spilbar*. Godt samarbejde har som udgangspunkt, at begge parter er empatiske, og at udviklingstilbud tilpasses den enkelte virksomheds behov.

VisitVestsjælland arbejder med netværksskabelse, produktudvikling og forretningsudvikling i turismevirksomhederne. De tilbydes et generelt medlemskab til 2.500 kr., som kan udbygges med forskellige kompetenceudviklinger efter behov og pengepung. Der efterlyses yderligere dataindsamlinger til brug for udvikling.

VisitSamsøs udgangspunkt er at samarbejde udvikles ud fra holdningen om forskellighed: Kompromiser i partnerskaber skaber ofte rigtig gode resultater. VisitSamsø faciliterer netværk blandt turisme- og andre erhvervsgrupper. Disse netværk og partnerskaber har stor betydning for turismen på Samsø.

*Sammenslutningen af Danske Småøer og LAG Småøerne*  
1. februar 2018

Tænketanken for Dansk Ø-turisme inviterer til seminar



# Turismeudvikling på de danske øer Fokus på samarbejde

Onsdag den 24. januar 2018 kl. 10.00-15.30 i Odense

Tænketanken for dansk ø-turisme har med afsæt i den interesse, som ø-passet har skabt for øerne, haft fokus på den fortsatte udvikling af turismeerhvervet på den enkelte ø, på samarbejde på og mellem øerne – og med fastlandet. Seminaret vil i en dialog med indlægholdere og seminarets deltagere sætte yderligere fokus på:

- Hvordan ser Visitororganisationerne på øerne? Er øen den største turistattraktion i kommunen eller bliver den glemt?
- Hvilke muligheder og barrierer er der for udvikling af turismeerhvervet på øerne?
- Hvordan kan Visitororganisationernes store viden og erfaring udnyttes aktivt på øerne?

## PROGRAM:

9.30 MORGENKAFFE

10.00 *Velkomst* v/Dorthe Winther, formand Sammenslutningen af Danske Småøer

10.10 *Præsentation af programmet* v/Jan Bendix, ordstyrer

10.20 *Øerne på turismelandkortet: Ø-pas 2017*. Projektets aktiviteter i 2017 og fremtidig forankring af konceptet v/ Britta Leth, medarbejder i projektet og Lise Thillemann Sørensen, projektleder

10.40-12.00 DESTINATION DE DANSKE ØER?

10.40 *Tænketanken og ideerne bag etableringen af en mulig ø-destination* v/Dorthe Winther

10.50 *Destinationssamarbejde*: Hvad får øernes små turismevirksomheder ud af det – erfaringer fra LAG-støttet turismeudvikling v/Morten Priesholm, projektkoordinator, LAG Småøerne

11.00 **Visioner om en ø-destination. Er det en god idé – hvorfor og hvordan? Potentialer for et ø-brand** v/Eskild Hansen, direktør, Strategibureau EHSB  
**Korte kommentarer til Visionerne om en ø-destination** v/Sisse Wildt, Kommunikationschef, Dansk Kyst og Naturturisme, Jan Fritz Hansen, Sekretariatsleder, Færgesekretariatet og Lindy Kjøller, Salgs- og Marketingschef, Danske Færger A/S.  
**Debat** blandt alle deltagerne i seminaret  
Afslutning med opsamling af dialogen og holdningerne v/Jan Bendix

12.00-13.00 FROKOST

13.00-15.15 **SAMARBEJDE – SAMARBEJDE – SAMARBEJDE**

13.00 **Præsentation af emnet** v/Jan Bendix

13.10 **Hvordan ser Visitororganisationerne på øerne?** Resultat af minispørgerunde til 19 Visitororganisationer i kommuner med småøer v/Kirsten Malling Olsen, konsulent

13.25 **Erfaringer fra samarbejde mellem øer og Visitororganisation**  
Hvordan blev samarbejdet indledt og hvordan lykkedes det/lykkedes det ikke?  
Hvad skal der til for at udvikle samarbejdet?  
v/Mads Rye Sletberg, Turistmanager, VisitFaaborg og Gitte Sørensen, Avernakø Landhotel & geder

14.00 PAUSE – KAFFE/TE OG KAGER

14.15 **Hvem har ansvaret for samarbejdet imellem øerne og visitororganisationerne?**  
Formål og gensidigt udbytte. Hvordan kan samarbejdet udvikles og gennemføres?

**Paneldebat:**

- Jakob Lei, Årø Vingård
- Jens Müller, Turistchef VisitVestsjælland
- Mette Løkke, Turistchef VisitSamsø

**Debat** i panelet og med seminarets deltagere.

Jan Bendix styrer debatten og samler op: Hvor peger pilen hen, ansvar og forankring.

15.15 **Opsamling af seminaret** v/Dorthe Winther. Hvilke vinkler, indsatser og forankringer peger mest tydeligt fremad i dagens dialog?

15.30 **Farvel og tak for i dag** v/Jan Bendix

Sammenslutningen  
af Danske Småøer  
og LAG Småøerne



**LAG**  
LOKALE  
AKTIONS  
GRUPPER

Seminaret afholdes i regi af projektet *Øerne på turismelandkortet: Ø-pas 2017* og projektets tænketank for dansk ø-turisme.

Læs mere om projektet her: <http://www.danske-smaaoer.dk/%C3%B8erne-pa-turismelandkortet-%C3%B8-pas-2017>