



Projektbeskrivelse

REVIDERET 30. april 2014. Tilpasset revideret budget/ansøgning med projektansættelser på 16 måneder.

27 småøer med store oplevelser: *Etablering af ø-turisme-ambassadør*

Projektholder

Sammenslutningen af Danske Småøer. Sammenslutningen af Danske Småøer er en interesseorganisation for de 27 danske småøer. Vi arbejder for at opretholde og udvikle et bæredygtigt helårssamfund på småøerne. Læs mere på www.danske-smaaer.dk

Kontakt: Lise Sørensen, tlf. 62 51 39 93, mail ls@danske-smaaer.dk

Baggrunden for projektet

Dette projekt tager afsæt i et forprojektet "Småøturisme: oplevelseserhverv og ø-destinationer med potentiale"¹, der løb fra januar 2012 til okt. 2012.

Nærværende projekt er et landsdækkende turismeprojekt for alle 27 småøer, der tager udgangspunkt i resultater og anbefalinger fra forprojektets analyserapport. Fokus i analyserapporten ligger på potentialerne for udviklingen af turismeerhvervet på småøerne.

Der er for tiden et stort fokus på turismemulighederne i Danmark, særligt kystturismen. Her mener vi, at småøerne har en masse at byde på. Derfor skal småøerne indgå med synlighed og markedsføring til de rette målgrupper.

Projektets formål

Sammenslutningen af Danske Småøer ønsker med projektet at sikre størst mulig indtjening for småøernes turismeaktører.

Formålet er primært at

- Øge kendskabet til turismeoplevelser på de 27 danske småøer blandt relevante målgrupper
- Øge forbruget blandt turister og dermed sikre øget omsætning for øernes turismeaktører
- Have et særligt fokus på sæsonforlængelse, så også skuldærsæsonen medtages
- Øge kendskabet til efterspørgselssiden, så indsætterne kan målrettes bedst muligt
- Have fokus på virksomheds- og kompetenceudvikling blandt aktørerne

¹ Forprojektet undersøgte, hvilke muligheder der var for erhvervs- og turismeudvikling på de 12 syddanske småøer: Avernakø, Barsø, Birkholm, Bjørnø, Baagø, Drejø, Hjortø, Lyø, Mandø, Skarø, Strynø og Aarø. Forprojektet bestod af to dele. Første del var et feltstudie på øerne, hvor turismen blev beskrevet og kortlagt. Flest mulige aktører blev interviewet om, hvordan de ser turismesituationen på lige netop deres ø. Data herfra blev i projektets anden del analyseret af Anders Hedetoft fra CRT (Center for regional og turisemeforskning) og Konsulent Eskild Hansen. Link til analyserapport findes på sidste side.

Dette sker ved, at Sammenslutningen af Danske Småøer ansætter en Småø-turismeambassadør, som skal arbejde med b-t-b markedsføring, og skabe synlighed og salg mellem ø-aktørerne og relevante aftagere.

Der skal være et særligt fokus på salg af pakketure til grupper. (Salg til grupper nævnes i analyserapporten i forprojektet som havende et særligt markedspotentiale, da det bl.a. sikrer en mere stabil driftsøkonomi for aktørerne, og giver mulighed for at udvide sæsonen.) Gruppeture koncentrerer sig ikke nødvendigvis om højsæsonen, hvor øerne i forvejen besøges af flest turister. Når det er sagt, vil de udarbejdede pakketure og tema-arrangementer hos aktørerne naturligvis også kunne målrettes salg til ikke-grupper, hvilket rapporten også påpeger.

Projektets indhold og aktiviteter

Der indgår tre sammenhængende indsatsområder i projektet, der samlet skal styrke turismen på øerne, øge efterspørgslen på ø-oplevelser og dermed øge omsætningen for de lokale turismeaktører:

- En ø-turisme-ambassadør
- En styrket virksomhedsudvikling
- En styrket indsats vedrørende basiskvalitet

Projektets delelementer er:

Ø-turisme-ambassadør: Koncept og salg

- Turforslag og pakkeløsninger
- Sparring til leverandører
- Aftagernetværk (B-2-B)
- Salg målrettet grupper
- Mailings til aftagere
- Kendskabsture for aftagere

Ø-turisme-ambassadøren vil få funktion af en slags turistchef for småøerne, men med fokus på det professionelle salg. Turisme-ambassadøren skal fremskaffe viden om ydelser og oplevelser fra leverandørerne (de lokale aktører). Al denne information skal videreformidles til potentielle aftagere af produkterne på en så fleksibel måde, at aftagerne selv kan sammensætte deres pakketilbud. Nøgleord er synlighed, tilgængelighed og facilitering.

Turisme-ambassadøren skal have fokus på, hvad der rører sig i turismesektoren og deltage i relevante netværksarrangementer, hvor småøernes synlighed kan højnes.

Småø-turismeambassadørens vigtigste opgave er at skabe synlighed og salg mellem ø-aktørerne og relevante aftagere, og derved sikre størst mulig indtjening for ø-aktørerne. Ved projektets start afholdes et kick-off seminar, hvor ø-aktører opfordres til at deltage og høre nærmere om tiltaget og om fordelene ved at indgå i samarbejdet.

Virksomhedsudvikling: Ø-virksomhed

- Kompetenceudvikling
- Virksomhedsgrupper (overnatning, restaurant, færge, fødevarer, købmand o.a.)
- Tiltrækning af virksomheder, finansiering, partnere o.a.
- Link til Væksthuse, ressourcepersoner, rådgivere o.a. udenøjs partnere

Ø-turisme-ambassadøren skal samarbejde med ø-virksomhederne om at udvikle og markedsteste tur- og arrangementsforslag, der varierer afhængig af målgruppe, sæson o.a.

I forlængelse heraf kan ø-turisme-ambassadøren og de aktører, ø-turisme-ambassadøren samarbejder med, yde vejledning om udvikling og optimering af ø-virksomhederne, eksempelvis i form af forskellige kompetenceudviklingsforløb.

Udvikling af basiskvalitet: Ø-kvalitet

- Etablering af kvalitetsstandard/check liste/god praksis
- Måling af gæstetilfredshed
- Kvalitetsinspektion, 'anmeldelser' o.a.
- Prioritering af investeringer

For alle gæster er førstehåndsindtrykket afgørende for totaloplevelsen og her må øerne ikke svigte. Det er afgørende at sætte ind på de rigtige punkter; at se udfordringerne med gæsternes øjne og dermed kunne udarbejde målrettet markedsføringsmateriale.

Disse tiltag kræver, at vi ved mere om mulige målgrupper. Sammenslutningen af Danske Småøer har i foråret 2013 iværksat en spørgeskemaundersøgelse af turisternes opfattelse af småøerne, som fortsat pågår. Derfor er én af de første opgaver i projektet at behandle data fra denne undersøgelse. Statistik fra eksempelvis overnatningssteder, færger mm. skal også indsamles og indgå i analysen af efterspørgselsiden. Denne analyse skal danne grundlag for ø-ambassadørens indsats og vil ligge til grund for markedsføringsmateriale målrettet turisternes ønsker og behov.

Projektets tidsplan

Projektet strækker sig i alt over 18 måneder fra januar 2014 til 1. juli 2015, med ansættelse af turismeam-bassadør pr. 1. marts 2014.

I første halvår af 2014 indsamles relevante nøgletal. Data herfra og fra spørgeskemaundersøgelsen skal bruges til en gennemgribende markedsanalyse blandt de forskellige målgrupper. Samtidig rekrutteres et antal interesserede turismeaktører på småøerne, der har fokus på udvikling af deres forretning.

I foråret 2014 udarbejder ø-turisme-ambassadøren pakketursprodukter med udgangspunkt i møder med lokale aktører og interesserede aftagere, eksempelvis busselskaber. Her vil data fra spørgeskemaundersøgelsen blive anvendt.

Perioden op til højsæsonen 2014 benyttes til online og offline markedsføring, deltagelse i relevante messer og turismearrangementer (også senere i projektet) samt til alment salgssarbejde.

I løbet af sæsonen 2014 vil der blive udført en tilfredshedsundersøgelse blandt de tre parter: turister, aktører og aftagere. Data herfra vil blive anvendt i tilpasning af eksisterende produkter, eventuelt udvidelse af tilbud, hvis nødvendigt. Dette arbejde vil pågå frem til sommeren 2015.

I efteråret 2014 - foråret 2015 har ø-turisme-ambassadøren også til opgave at sørge for, at kontakten mellem ø-aktører og aftagere fremover kan foregå uden den store involvering fra hans/hendes side, da tiltaget dermed kan sikres at fortsætte efter projektperiodens afslutning. Hele projektet vil blive evalueret ved sin afslutning, med fokus på øget omsætning.

Turisme-ambassadøren skal i løbet af projektperioden igangsætte et fleksibelt og bæredygtigt salgsprogram, som gør, at de enkelte aktører nemt og hurtigt kan opdatere deres produkter. Kontakten til interesserede aftagere skal dermed kunne bibeholdes og forhåbentlig udvides med flere interesserede parter.

Budget

Projektets samlede budget er på knap 1,5 mio. kr.

Projektet er støttet af Ministeriet for By, Bolig og Landdistrikters pulje til Ø-støtte (750.000 kr.) og fra Småøernes Aktionsgruppe (715.980 kr.).

Projektperioden løber fra 1. juni 2013 - 1.juni 2015 (Jf. NaturErhvervs tilsagn), men i realiteten er projektet først sat i gang i januar 2014, da vi afventede svar fra NaturErhverv. Projektperioden er således i alt 1½ år.

Projektets samarbejdspartnere

I projektet er Sammenslutningen af Danske Småøer projektejer. I projektet ansættes en ø-turisme-ambassadør samt to projektmedarbejdere. Ø-turisme-ambassadøren har det daglige ansvar for de tre indsatsområder. Ø-turisme-ambassadøren samt projektmedarbejderne ansættes under Ø-sammenslutningen og refererer således til denne.

Derudover vil der indgå nationale og lokale samarbejdspartnere inden for turismesektoren i projektet.

Vi er i dialog med centerleder Lise Lyck fra Center for Tourism and Culture Management fra Handelshøjskolen i København og med Videncenter for Kystturisme i Hvide Sande.

Beboerforeninger og 'almindelige' beboere på øerne skal naturligvis også ses som deltagere i projektet, idet turismen også er en del af deres hverdag.

Sammenslutningen af Danske Småøer

Strynø Brovej 12, Strynø

5900 Rudkøbing