

Sammenslutningen af Danske Småøer (SaDS) hargennemført projektet:

## **27 småøer med store oplevelser – etablering af ø-turismeambassadør**

i perioden 1. januar 2014 – 30. juni 2015 med midler fra Småøernes Aktionsgruppe og Ministeriet for By, Bolig og Landdistrikters Ø-støtte.

Se i øvrigt projektrapporten i sin helhed på [www.danske-smaaer.dk](http://www.danske-smaaer.dk)

### **1. Projektets formål**

SaDS ønskede med projektet at sikre størst mulig indtjening for småøernes turismeaktører. De primære formål i projektet var 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 særlig fokus på sæsonforlængelse, så også skuldæsonen blev medtaget
- øge kendskabet til efterspørgselsiden, så indsætterne blev målrettet bedst muligt
- have fokus på virksomheds- og kompetenceudvikling

### **2. Projektets indsatser**

Britta Leth har været ansat som projektets ø-turismeambassadør og har haft fokus på B2B-markedsføring og at skabe synlighed og salg mellem ø-aktørerne og relevante aftagere.

SaDS inviterede turistvirksomhederne på småøerne til at deltage i projektet og udvalgte derpå virksomheder på følgende seks øer til projektet: Aarø, Mandø, Endelave, Tunø, Fejø og Sejerø.

Følgende indsatser er gennemført i projektet:

- målrettet markedsføring over for potentielle aftagere
- gennemførelse af præsentations- og produktkendskabsture
- udvikling af koncepttilbud med stor markedsføringsværdi
- udarbejdelse af præsentationsfoldere, go-cards og flyers
- forøgelse af kendskabsgraden til målgrupper
- sammensætning af særlige tilbud og arrangementer (fx i forb. med gratis færebilletter)
- pakketering af turistprodukter med fokus på sæsonforlængelse
- forøgelse af værdikæden samt styrkelse af omsætningen og beskæftigelsen på øerne
- virksomheds- og kompetenceudvikling
- udvikling af basiskvalitet og kvalitetsturisme
- pressebearbejdning via pressemeddelelser
- gennemførelse af journalistturer

### **3. Evaluering af projektet**

Ø-turismeambassadøren har via samarbejde og præsentation skabt muligheder for totaloplevelser på den enkelte ø og har øget den enkelte turistvirksomheds synlighed. Dette har styrket øernes besøgsværdi og markedsføring som turistdestination.

Ø-turismeambassadør Britta Leth har med den koordinerende rolle:

- skabt og styrket samarbejdsrelationerne på de enkelte øer
- sat fokus på udvikling af basiskvalitet og kvalitetsturisme
- sat fokus på de enkelte øers oplevelsesmuligheder

- pakket oplevelserne og derved skabt totaloplevelse for turisten
- øget afsætningsværdien af øens produkter
- præsenteret øernes oplevelser for aftagernetværk og turoperatører
- solgt ø-pakker til læserklubber og fået fin præsentation i pressen
- fået megen presseomtale af projektet samt om de udvalgte øer og turistvirksomheder

Projektet har vist, at dels ved ø-turismeambassadørens arbejde dels ved målrettet og individuelle samtaler kan den enkelte turismevirksomheds indsats og udvikling styrkes, så virksomheden fremtidssikres, og der dermed skabes grundlag for større omsætning, indtjening og beskæftigelse.

På baggrund af deltagernes evaluering fremgår det at

- sparring om egen virksomhed er vigtig og udviklende
- erfaringsudveksling med andre aktører på øerne har stor værdi
- der er behov for markedsføring af turismeprodukterne på øerne

En af erfaringerne fra dette projekt er, at forventningsafstemning med den enkelte deltager er meget vigtig: Nogle deltagere har givet udtryk for, at de i forløbet ikke haft de fornødne ressourcer (tid og energi) til at medvirke fuldt ud. Enkelte andre har haft forventninger, som projektet ikke kunne indfri (eksempelvis markedsføring af enkelte virksomheder).

Mht. B2B-salg viser dette projekts erfaringer, at det ikke er muligt at lavet et egentligt aftagernetværk for småøernes virksomheder, bl.a. fordi de større firmaer 'shopper' rundt fra år til år. Derfor er det vigtigere løbende at præsentere småøernes tilbud for aftagerne end at arbejde på etableringen af et egentlig aftagernet.

## 4. Projektets anbefalinger

Projektet har vist at en koncentreret indsats på turismeområdet på de danske småøer styrker småskalaturismen og oplevelsesøkonomiens samlede værdikæde såvel i som udenfor højsæsonen.

Styregruppen for projektet: '27 småøer med store oplevelser – etablering af ø-turismeambassadør' anbefaler derfor, at der arbejdes videre med turismeindsatsen på de danske småøer med fokus på følgende indsats:

- En professionel forretningsrådgiver med sans for de små virksomheders særlige udfordringer og muligheder, der understøtter en positiv og progressiv udvikling af den enkelte virksomhed
- En fælles indsats via netværksmøder, der fremmer samarbejdet mellem virksomhederne og dermed gør den enkelte ø mere synlig som turistdestination
- Seminarer og workshops med fokuseret indhold møntet på turistaktører
- Styrkelse af aktørernes bevidsthed om kvalitet i turismeprodukterne
- Skabelse af synergieffekter imellem øernes virksomheder og facilitering af erfaringsudveksling
- Formidling af kendskabet til ø-turismevirksomheder, både internt på øerne og på nationalt plan
- Markedsføringsmateriale for turistvirksomhederne såvel enkeltvis, som samlet

Med projektet er der udadtil skabt synlighed om turismeoplevelserne og indadtil et fokus på virksomhedernes egen udvikling, kvalitet og samarbejde. Der vil fortsat være stort behov for at arbejde videre med tiltag, der fremmer indeværende projekts indsats.