

BILAG 1

til ansøgning om Landdistriktspuljens forsøgsmidler
Projektbeskrivelse, revideret 7. marts 2017

Øerne på turisme-landkortet: Ø-PAS 2017

Det danske ørige

Ø-PAS

Det danske ørige

Kryds af når du besøger en ø

- Agersø
- Als
- Anholt
- Askø/Lilleø
- Avernakø
- Barsø
- Birkholm
- Bjørnø
- Bornholm
- Baagø
- Drejø
- Egholm
- Endelave
- Fanø
- Fejø
- Femø
- Fur
- Hjørnø
- Hjortø
- Langeland
- Livø
- Lyø
- Læsø
- Mandø
- Nekselø
- Omø
- Orø
- Samso
- Sejerø
- Skarø
- Strynø
- Tunø
- Venø
- Ærø
- Aarø

Femø, Lolland Kommune

Ferge: Kragens-Femø, 14 km -50 min.
Bekøere 11.000-110.000 Areal: 116 km²

Femø er et bakket morønsølandskab med flotte udgangspunkter. Svindeby og Nørreby med deres gamle huse og et væver af arkitektur og strødel er et særkende for øen. Bagaag Femø Kirke omgives af flotte parker og se de smukke dekorerede bænke rundt om på øen.

www.femodk

Find mærket på jærgeren

Øerne på turisme-landkortet: Ø-PAS 2017

Revideret 7. marts 2017

Introduktion til projektet

Formålet er at øge antallet af turister, omsætningen, beskæftigelsen og på sigt bosætningen på de danske øer.

Med ø-passet som omdrejningspunkt skal der skabes større opmærksomhed om samt incitament og lyst til at besøge øerne i Danmark. Det at 'samle på øer' skal ikke blot italesættes, men også faciliteres med udviklingen af ø-passet.

Ø-passet ligner i størrelse og omslag lidt et dansk rejsepas (se forsiden) og præsenterer kort hver af de danske øer på et opslag og med henvisning til deres hjemmesider via et QR-mærke. Man kan for hver ø skrabe et mærke – øens silhuet – ind i en hvid cirkel i passet og på den måde 'samle på øer'. Silhuetmærkerne er opsat på færgerne og skal også forefindes på øens havn/lystbådehavn/flyveplads og lignende oplagte steder. Bagest i passet er alle øerne listet, så turistene kan markere hvilke øer, der allerede er besøgt.

Ved at samle de danske øer i ét pas opnås en stor synlighed for alle øerne. Turisterne bliver mere opmærksomme på de danske øer som en samlet destination, og det at lave 'øhop' vil blive tilskyndet. I forvejen har mange en tradition for at besøge en dansk ø hvert år. Ø-passet inviterer til endnu flere ø-besøg, og der bliver konkurrence om, hvem der kan samle flest mærker og dermed øer. Som indehaver af et øpas føler man sig lidt om en "indfødt": Det øger lysten til at fortælle sine venner og bekendte om sin ø-oplevelse (ambassadør-effekten). At også tyske ferieturister qua dette projekt kan få et 'dansk' øpas, forventes at have stor nyhedsværdi på det tyske marked.

Udviklingen af ø-passet i stor skala passer godt sammen med de nye midler fra staten til nedsættelse af færgetaksterne uden for højsæsonen: Ø-passet skaber synlighed om de danske øer og kan understøtte flowet af turister til øerne samtidig med at færgetaksterne bliver sat ned i ydersæsonerne.

Ø-passet skal give omsætning for turistvirksomhederne i bred forstand på øerne, hvilket i sidste ende skal skabe vækst for turismebranchen, større omsætning og beskæftigelse og dermed grundlag for bosætningsudvikling på øerne.

Baggrund for projektet

I flere år har Sammenslutningen af Danske Småøer haft tanker om et ø-pas, der på en smart og sjov måde kunne formidle øerne i en samlet oversigt til turistene. I 2016 har vi udviklet en testudgave af

Ø-passet og har afprøvet ideen om et ø-pas i lille skala: Der blev trykt 20.000 eksemplarer samt to gange genoptryk på henholdsvis 15.000 og 12.000 eksemplarer.

Vi ville undersøge om ø-passet overhovedet havde en 'gang på jord'. Det har vist sig en overvældende succes – det begrænsede oplag, der er trykt i 2016 og stort set kun er distribueret på ø-færgerne, er blevet revet væk. Turisterne har taget konceptet til sig, og der er stor efterspørgsel på ø-passet. Der kommer nu også meldinger tilbage fra øerne om, at turisterne kommer, fordi de har fået øje på øen i passet.

Sammenslutningen af Danske Småøer vil med dette projekt udvikle ø-passet, dels til at nå et langt større turist-publikum, dels til at hænge sammen med en digital platform for udviklingen af turisme på øerne.

Testen af ø-passet i 2016 skete i et samarbejde med Færgesekretariatet og Danske Færger A/S. Midler til trykning blev tilvejebragt fra øerne, færgeselskaberne, Sammenslutningen af Danske Småøer og via støtte fra eksterne sponsorer (Campingrådet og UNO-X).

Formål

Projektets overordnede formål er at skabe grundlag for øget omsætning for turismeerhvervet og dermed fastholde og give nye arbejdspladser, som er en forudsætning for udviklingen af bosætningen på øerne. Flere turister til øerne giver større omsætning for turistvirksomhederne, det danner grundlag for nye jobs og dermed bedre muligheder for at få et levebrød på øerne.

Vi mener, det er vigtigt at benytte og udvikle gode idéer, der har vist sig at fungere – ø-passet tiltaler turisterne, som synes ideen om at samle på øer er sjov og udfordrende. Ø-passet koncept bidrager til at understøtte værdikæderne på et overordnet plan: Når man har besøgt den første ø, giver ø-passet inspiration til at samle videre og besøge en række andre øer.

Nu er der behov for at booste denne idé og få den ud til et bredt publikum.

Ø-passet skal videreudvikles: Det skal oversættes til tysk og engelsk (i en samlet udgave), det skal udgives i ca. 117.000 eksemplarer på dansk og ca. 75.000 eksemplarer på tysk/engelsk i 2017, så der er ø-pas til alle, som ønsker det. Endelig er der enkelte øer som skal inviteres med i ø-passet (Christiansø/Frederiksø og Lolland).

Parallelt med udviklingen af det fysiske ø-pas skal ø-passet også digitaliseres, således at der kobles en platform på, hvor turister, der har fået et ø-pas, opfordres til at tilmelde sig og derved får nyheder og tilbud fra øernes turistvirksomheder. Digitaliseringen af ø-passet faciliterer en direkte adgang til turisterne for øernes turistaktører – og viceversa.

En Tænketaank For Dansk Ø-turisme ('Advisory Board') skal følge projektet og sideløbende samarbejde og sparre om udviklingstiltag for turismen på de danske øer i fremtiden.

Samarbejdspartnere

Sammenslutningen af Danske Småøer samarbejder med Færgesekretariatet, Danske Færger A/S og VisitDenmark om projektet.

I projektets Tænketank for Dansk Ø-turisme indgår foruden repræsentanter fra de tre samarbejdspartnere også andre relevante organisationer, der vil blive inviteret til at deltage. LAG Småøerne deltager således nu i tænketanken.

Samarbejdserklæringer fra Færgesekretariatet og Danske Færger A/S og VisitDenmark er vedlagt den oprindelige ansøgning.

Målgruppe

Projektets målgruppe er potentielle turister til de danske øer. Med ø-passet får turisterne direkte adgang til informationer om oplevelserne og turistvirksomhederne på øerne.

Projektet favner bredere end de 27 småøer, der er medlemmer i Sammenslutningen af Danske Småøer, og omfatter alle de danske øer, der sejles med offentligt tilgængelige færger til samt Mandø. (Private øer, øer der er brofaste og uden jævnlig, offentlig færgefart er ikke medtaget, og ej heller fx Fyn pga. sin størrelse)

Ø-passet 2017 vil således indeholde følgende 38 øer i Danmark:

Agersø, Als, Anholt, Askø/Lilleø, Avernakø, Barsø, Birkholm, Bjørnø, Bornholm, Baagø, Drejø, Egholm, Endelave, Fanø, Fejø, Femø, Fur, Hjarnø, Hjortø, Langeland, Livø, Lolland, Lyø, Læsø, Mandø, Nekselø, Omø, Orø, Samsø, Sejerø, Skarø, Strynø, Tunø, Venø, Ærø, Aarø, og herudover vil også Christiansø/Frederiksø og Lolland indgå i det nye Ø-pas.

Turisterne vil med ø-passet opleve 'De Danske Øer' som en samlet destination. I denne turismesammenhæng giver det mening at pulje alle øerne og ikke kun de 27 småøer i et samlet projekt – og et samlet ø-pas. Den synlighed hver af øerne i ø-passet opnår – store som små - ved at være med i den samlede ø-destination er uvurderlig.

Det er således en bred vifte af øer, og dermed også vidt forskellige virksomheder og aktiviteter på øerne, der favnes med ø-passet. Ø-passet er netop en mulighed for at brande 'danske øer' på en facon, der giver plads til både store, små- og mikrovirksomheder for at deltage og drage nytte af den fælles synliggørelse. Med tilknytningen af det digitale ø-pas og en digital platform, hvor virksomhederne kan gå ind og formidle deres tilbud, til det fysiske ø-pas, er der frie rammer for den enkelte virksomhed. Dvs. det er op til virksomheden, hvor meget den ønsker og magter at benytte platformen. Men muligheden er der for alle, og ø-passet skaber et grundlag for øget indtjening ved at generere turister til øerne.

Projektets aktiviteter

Projektets aktiviteter fordeler sig på fire områder:

1. Ø-passet i fysisk form

Det skal udkomme i to versioner: en på tysk/engelsk (i samme pas) og en på dansk. Vi ønsker i 2017 at trykke ca. 117.000 eksemplarer af de danske ø-pas og ca. 75.000 eksemplarer af de tysk/engelske øpas. De trykte ø-pas fordeles på færger og øer og andre relevante steder, så som turistkontorer. Mange turistbureauer har efterspurgt ø-passene, men det har med det begrænsede oplag i testen af ø-passet i 2016 ikke været muligt at distribuere ø-passene uden for ø-færgerne.

Ø-passet er 'levedygtigt' efter år 2017, hvor et evt. genoptryk skal finansieres af færgerne, øerne, turistaktører, turistkontorerne eller andre, der måtte have interesse i at udlevere dem.

I tilknytning til det fysiske ø-pas, skal der opsættes flere silhuet-mærker på øerne og færgerne. Pt. findes der én pr. ø; enten på øen eller på færgen. Tilbagemeldinger fra testen i 2016 har vist, at der skal være et mærke på hver færge og som minimum også et på øens havn, lystbådehavn og/eller flyveplads, da lystsejlere, havkajakroere og flyvere også gerne vil samle på ø-mærker.

2. Ø-passet skal digitaliseres og kobles på online platform

Ø-passet skal også fungere i en digital form, og endnu vigtigere skal indehaverne af ø-passet opfordres til at tilmelde sig en digital platform, hvor tilbud og turistnyheder fra øerne vil blive formidlet. Vi vil undersøge mulighederne for at sammenkøre denne platform med de eksisterende systemer, eksempelvis 'GuideDanmark', hvor turistvirksomheder allerede er registreret og bliver præsenteret.

Hermed sikres det, at de turister, der har interesse for danske øer, også får relevante informationer og tilbud om aktiviteter på øerne. Virksomhederne får en fælles og direkte indgang til turister, der allerede har vist interesse for de danske øer. Det er et ønske, at den digitale platform skal kunne fungere og linke til øvrige kendte turistplatforme for ø-turisme. Der pågår eksempelvis allerede forhandlinger om at sammenkoble booking-portalerne 'Dansk Ø-ferie' og 'Oplev Danmark'. Netop samarbejdet med andre turistorganisationer og virksomheder skal undersøge mulighederne for integration med andre platforme.

3. Branding i ind- og udland

Interessen for ø-ferie er i høj grad til stede blandt turister fra Danmark og vores nærmeste markeder. Det viser f.eks. resultater af den kampagne, som VisitDenmark gennemførte i Tyskland i 2016 i samarbejde med bl.a. Danske Færger A/S og en række større danske øer.

De danske øer er aldrig tidligere blevet markedsført store og små samlet. Derfor er der store forhåbninger til, at en kampagne med ø-passet og øernes mange spændende oplevelser som omdrejningspunkt, vil kunne øge kendskabet til ø-ferier både på det danske og det tyske marked.

Med denne store satsning på ø-passet i store oplag, skal det formidles massivt ud til alle potentielle turister, at der nu findes et ø-pas. Den tysk/engelske udgave er fortrinsvist møntet på det tyske marked, hvorfor det uden for Danmark er en imageskabende branding af de danske øer på det tyske område, som projektet vil fokusere på.

I den imageskabende branding vil vi samarbejde med VisitDenmark på det tyske marked og med Dansk Kyst- og Naturturisme på det danske marked om den bedste måde at markedsføre ø-passet og dermed brande øerne på.

Vi vil ikke profilere enkelte virksomheder, men udelukkende brande totaloplevelsen i at tage på ø-ferie. Der er således tale om imageskabende branding af de danske øer og ikke om konkurrenceforvridende markedsføring, idet enkelte virksomheder ikke profileres i branding.

4. Tænk tank

Projektet skal følges af en Tænk tank for Dansk Ø-turisme (Advisory Board), der tænker fremad, skaber nye visioner og sparrer om kommende fælles turisme-tiltag.

Færgesekretariatet, VisitDenmark, Danske Færger A/S og LAG Småøerne har givet tilsagn til at ville deltage i denne tænktank. Der påtænkes 4-5 møder i projektperioden.

Herudover skal andre relevante organisationer og personer kunne 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, men kredsen skal gerne udvides i løbet af projektet. Formålet er at holde projektet i gang, og med den interesse for øerne, som ø-passet skaber, at udvikle nye muligheder for turisterhvervene på øerne. Med Tænk tank for Dansk Ø-turisme skabes grundlag for fortløbende samarbejde om udviklingen af turisme på de danske øer også efter projektperiodens udløb.

Projektet skal drive det praktiske vedr. møder og evt. seminarer vedr. tænktanken, således at det bliver en ø-turist-tænk tank. (Deltagerne betaler selv transportudgifter til møderne.)

Formidling

Foruden de fire aktivitetsområder er formidling en del af projektet. Meget af formidlingen er sammenfaldende med branding af ø-passet og det tilhørende digitale forum. Men herudover vil projektet blive formidlet via de kanaler, vi selv anvender: Sammenslutningen af Danske Småøers magasin Ø-posten, vores nyhedsbreve, vores hjemmeside og FB-side. Projektet vil også blive formidlet via vores samarbejdspartneres hjemmesider og øvrige kanaler.

Projektet i praksis

For at få projektet i vej og sikre et fremadskridende flow, ansættes en projektmedarbejder med indsigt i ø-turisme og med flair for ø-pas-ideen i 10 måneder. Projektmedarbejderen skal koordinere udviklingen af det fysiske ø-pas med hensyn til layout, nye øer til ø-passet, redigering og korrektur,

opsætning, oversættelse af det tysk/engelske ø-pas, trykning, forsendelse, opsætning af nye silhuetmærker - med andre ord hele den praktiske tilrettelæggelse.

Sideløbende skal projektmedarbejderen koordinere, hvordan et digitalt forum bedst og smartest kan udvikles og tilrettelægges. Det skal være let tilgængeligt for turisten, og det skal være let for turistvirksomheder og andre at formidle øernes aktiviteter mm.

Projektmedarbejderen skal forestå branding af de danske øer i forbindelse med ø-passet i samarbejde med de store organisationer så som VisitDenmark og Dansk Kyst- og Naturturisme. Både i ind- og udland skal der ske et tæt samarbejde med andre organisationer, så det sikres at projektets brandingindsats når så langt ud som muligt.

Projektmedarbejderen skal iværksætte og styre processen med digitaliseringen af ø-passet. Design, tilrettelæggelse og udformning af det digitale ø-pas og det digitale forum skal ledes af konsulenten. I denne del af projektet er det afgørende at samarbejde med de organisationer, der allerede har turistportaler, så der sker en sammenkobling til disse.

I alle ovenstående processer skal der være et tæt og løbende samarbejde mellem projektmedarbejderen og Samslutningen af Danske Småøer, der er projektholder.

Tidsplan

Projektet løber i hele 2017, med ansættelse af projektmedarbejderen fra 1. februar til 30. november 2017.

Projektet gik i gang primo januar 2017 med tilknytning af den projektmedarbejder, som skal koordinere og drive projektet. I løbet af foråret udvikles det fysiske ø-pas, så det er trykt og klar til distribution ca. 1. april 2017. Ø-passet vil dermed være klar til påske og ikke mindst være tilgængeligt, når perioden, hvor kommunerne kan indføre nedsatte færgetakster, går i gang i 2017. Ø-passet er en naturlig, ideel og god idé til at bakke op om de nedsatte færgetakster i foråret og efteråret 2017. Herefter udvikles den digitale platform for ø-passet parallelt med markedsføring i både ind- og udland af ø-passet og platformen.

Budget

Projektets samlede budget er på 1.425.000 kr. (*inkl* moms). Heraf har Landdistriktspuljen givet tilsagn om 1.180.000 kr. De resterende 245.000 kr. forventes medfinansieret via bidrag fra eksterne fonde og organisationer samt ikke mindst fra øerne, færgeselskaberne og lokale turistkontorer.

Færgesekretariatet og Danske Færger A/S har på nuværende tidspunkt givet tilsagn om at bidrage med henholdsvis 50.000 kr. og 60.000 kr.

Tilsagn om medfinansiering fra Færgesekretariatet og Danske Færger A/S er indskrevet i samarbejdserklæringerne.

Fakta om ansøger

Sammenslutningen af Danske Småøer (SaDS) er interesseorganisation for 27 småøer fordelt over 19 kommuner og 4 regioner. Fælles for øerne er, at de alle har under 1.200 beboere, ikke har fast forbindelse og ikke er egen kommune. SaDS er stiftet i 1974. Organisationens "skelet" udgøres af de 27 øers beboerforeninger, og repræsentanter fra disse udgør den øverste myndighed. Til daglig varetages opgaverne af bestyrelse og sekretariat. Sekretariatet er placeret på den sydfynske ø, Strynø. Web: www.danske-smaaoer.dk

Sammenslutningen af Danske Småøer har stor erfaring med at drive projekter, der har til formål at styrke de små øsamfund. Vi har bl.a. de sidste 3 år drevet to store turismeudviklingsprojekter for virksomhederne på småøerne. Forud for dette varetog vi et cykelturismeprojekt, der kortlagde småøerne mht. cykelruter og attraktioner. Vi har et stort netværk af samarbejdspartnere ikke mindst inden for turismebranchen, som vil komme dette projekt til gode.

På Sammenslutningen af Danske Småøers vegne

Lise Thillemann Sørensen
Sekretariatsleder,
Strynø Brovej 12, Strynø
5900 Rudkøbing
62513993, ls@danske-smaaoer.dk