

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 indlægsholdere 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