Projektrapport

Øerne på turismelandkortet: Ø-PAS 2017

Øerne på turismelandkortet: Ø-PAS 2017

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 turisterne. I 2016 udviklede vi som forsøg et ø-pas i regi af daværende turismeprojekt. Britta Leth, der var ansat som øturismeambassadør i projektet, stod for udviklingen af konceptet vedr. ø-passet.

Her afprøvede vi ideen om et ø-pas i lille skala: Der blev i alt trykt 47.000 eksemplarer. Det viste sig at være en overvældende succes: Interessen for ø-passet var i 2016 meget stor og ø-passene blev revet væk!

Forsøget med ø-passet i 2016 blev støttet økonomisk af Færgesekretariatet, LAG Småøerne, Færgen og Sammenslutningen af Danske Småøer. Derudover var der stor opbakning fra andre samarbejdspartnerne.

Med indeværende projekt *Øerne på turismelandkortet: Ø-PAS 2017* har Sammenslutningen af Danske Småøer kunnet udvikle ø-passet til at nå et langt større turistpublikum.

Selve ø-passet:

Ø-passet er en samlet markedsføring – synliggørelse – af de danske øer med færgeadgang. I ø-passet er den enkelte ø præsenteret med et kort og et foto samt faktaoplysninger og beskrivelser af oplevelser på øen. En QR-kode kan scannes og giver direkte adgang til flere oplysninger på øens hjemmeside. Derudover er der ved hver ø et blankt felt, og i dette kan turisten fra en plade på færgen eller havnen gnide en silhuet af øen over i passet, og på den måde samle på ø-mærker og oplevelser fra det danske ø- rige. Denne gimmick synes turisterne er rigtig sjov, så de kan konkurrere med familie og venner om, hvem der har besøgt flest øer.

Indeværende projekt – Øerne på turismelandkortet: Ø-PAS 2017

På baggrund af ø-passets succes i 2016 ansøgte Sammenslutningen af Danske Småøer Landdistrikternes Forsøgspulje om midler til i 2017 til at udvikle ø-paskonceptet. Formålet var, med ø-passet som omdrejningspunkt, at skabe større opmærksomhed om - samt incitament og lyst til at besøge - øerne i Danmark. Det at 'samle på øer' skulle ikke blot italesættes, men også faciliteres med udviklingen af ø-passet. Projektets langsigtede formål var derigennem at øge antallet af turister, øge omsætningen, øge beskæftigelsen og i sidste ende bosætningen på de danske øer.

Projektet har haft fire indsatsområder, nemlig

- at få trykt flere danske ø-pas samt at få fremstillet og trykt en ny engelsk/tysk engelsk udgave
- at digitalisere ø-passet og udvikle en online platform for ø-passet
- at brande ø-passet i ind- og udland
- at etablere en tænketank, der havde fokus på dansk ø-turisme

Britta Leth blev ansat i projektet som øturismeambassadør i perioden 1. februar – 30. november 2017 og har gennemført og varetaget projektets opgaver og taget initiativer til udvikling af ø-passet.

1. Ø-passet i fysisk form

Flere øer

Udover de 35 øer, som var med i ø-passet i 2016, er Lolland og Christiansø/Frederiksø efter ønske også præsenteret i ø-passet, som omfatter øer med færgeadgang. I 2018-udgaven er øen Mors også præsenteret i ø-passet, der dermed omfatter 38 øer.

Dansk oplag 2017 og 2018

Den danske udgave af ø-passet blev til sæsonen 2017 trykt i 117.000 eksemplarer, der er distribueret over hele Danmark i samarbejde med færgeselskaber, turistorganisationer, beboerforeninger, kommuner og virksomheder, der har bestilt og udleveret rigtig, rigtig mange ø-pas.

Op til højsæsonen gik det desuden forrygende stærkt med at bestille ø-pas via hjemmesiden, og der blev på et par måneder af enkeltpersoner bestilt over 1300 ø-pas, der blev sendt direkte til turistens adresse. Ved overdragelsen af konceptet til Landdistrikternes Fællesråd i februar 2018 var der et lille restlager af 2017 oplaget på godt 9.000 øpas klar til distribution samt til præsentation og markedsføring på messer først på året (bl.a. Ferie for Alle i Herning).

Med den gode økonomiske støtte og opbakning, der har været fra færgeselskaberne, turistorganisationerne, beboerforeningerne, kommunerne og virksomhederne, blev der økonomi i projektet til at lave et ekstra genoptryk af øpasset på 29.000 ø-pas, som er klar til sæsonen 2018.

Tysk/engelsk udgave

For at give internationale turister information om og inspiration til ferie på de danske øer og tiltrække dem med gimmicken om at samle på ø-mærker, er der udviklet en tysk/engelsk udgave af ø-passet. Denne er trykt i 75.000 eksemplarer. Knap 7.000 af disse er overdraget til Landdistrikternes Fællesråd.

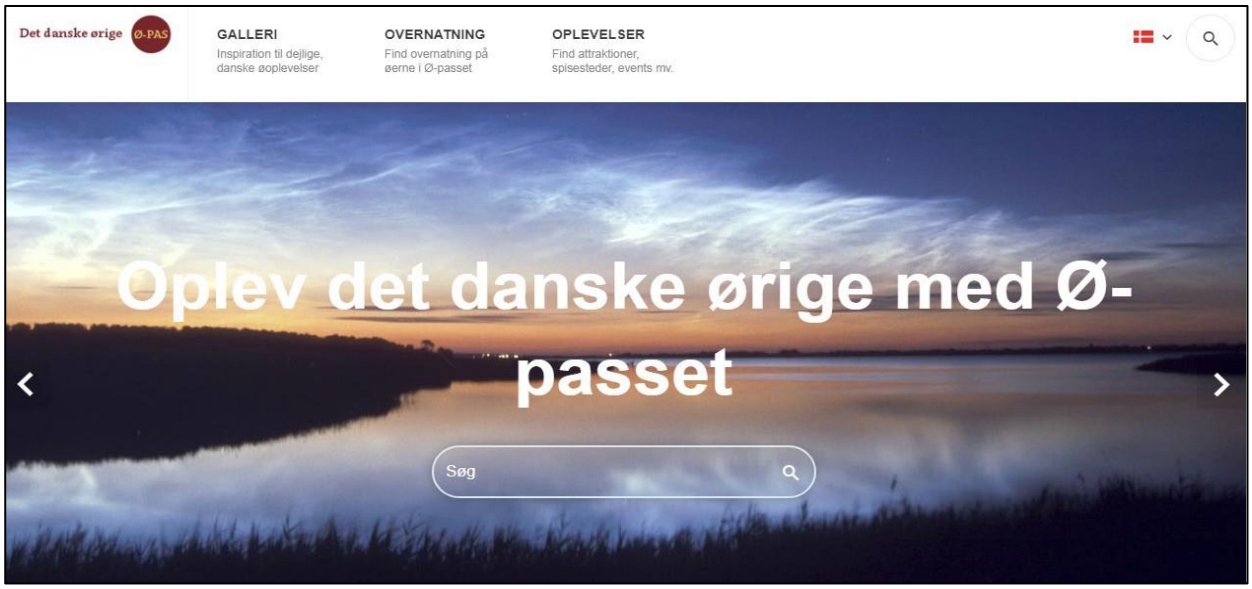
Plader med ø-silhuetter

Lystsejlere, havkajakroere og flyvere gav i 2016 udtryk for, at de også ønskede at benytte ø-passet. I 2016 var pladerne med silhuet af øen kun opsat på færgerne, med det resultat, at når færgen var i havn på øen, så løb lystsejlere, havkajakroere og flyvere ind på færgen for at sikre sig et mærke i deres pas. Der er derfor i 2017 opsat plader med øens silhuet på øernes havne og flyvepladser, så de nævnte turister også kan få glæde af ø-passet og samle på ø-mærker. Der er i alt opsat yderligere 49 plader med ø-silhuetter.

2. Ø-passet digitaliseres og kobles på online platform

På VisitDenmarks platform er der oprettet en særskilt hjemmeside for ø-passet: www.oepas.dk. Her præsenteres ø-passet og de 38 øer.

Det er første gang, det er lykkedes at lave en fælles og samlet præsentation af de danske øer på én hjemmeside. Her er øerne afmærket på et Danmarkskort sammen med information om aktiv ferie, ø-festivaler, fødevareprodukter samt andre relevante oplysninger. De enkelte øer er præsenteret og ved et klik på øens navn fremkommer der faktaoplysninger og en kort præsentation af oplevelserne på øen, link til øens hjemmeside og til turistprodukterne på øen, som den lokale turistorganisation har præsenteret på GuideDanmark.



Hjemmesiden www.oepas.dk

Fra hjemmesiden linkes også videre, og bl.a. kan ø-passet ses i en elektronisk bladrefil, og man kan klikke videre til en bestillingsside. På bestillingssiden, som ligger hos Dansk Ø-ferie, kan turister bestille ø-passet online, hvorefter det sendes direkte til turistens adresse mod et ekspeditionsgebyr. Hos Ø-sammenslutningens sekretariatet har det ligeledes været muligt at bestille øpas. Der er i projektperioden bestilt og sendt i alt 3.650 ø-pas direkte til turisters private adresser.

Ved valget af præsentation på internettet og hjemmeside har det været vigtigt at bruge de løsninger, som allerede var udviklet, dels for at opnå den mest optimale synergi med ø-passet/øerne i forhold til Danmarks øvrige turistprodukter, og dels for at minimere udviklingsomkostningerne.

Det har været vigtigt at vælge en platform til hjemmesiden, som også indeholder en præsentation af turismen i resten af Danmark. Ø-passet er således med til at udbrede informationen om og inspirationen til ferie her i landet, og dermed er ø-passet med til at udvide det samlede udbud af turismeaktiviteter og understøtter den samlede markedsføring og branding af Danmark.

På Dansk Ø-feries hjemmeside www.danskoferie.dk er ø-passet formidlet og øernes firmaer har mulighed for at markedsføre deres produkter. Det har i 2017 være benyttet af to virksomheder fra de små øer (Mandø og Årø), men ellers er det de større øers virksomheder, der er repræsenteret her. På Dansk Ø-feries portal har øpasset desuden været præsenteret for det tyske publikum: www.inselurlaubdaenemark.de/dansk-o-ferie-tysk/spacer/inselpass

3. Branding i ind- og udland

Ø-pas til lystsejlere – en ny målgruppe

I 2016 kom der mange henvendelser fra lystsejlere, der også gerne ville bruge ø-passet og samle på ø-mærker. Der blev derfor op til sæsonen i 2017 opsat plader med øens silhuet på øernes havne, så lystsejlerne også har mulighed for at samle på ø-mærker.

For at udbrede kendskabet til ø-passet og tiltrække flere lystsejlere til de danske øer er over 10.000 ø-pas distribueret sammen med Danske Tursejleres blad, *Tursejleren*. Bladet har også bragt flere artikler om øerne og ø-passet:

”En bid af det sydfynske øhav” - en femsiders artikel,
”Øriget rundt med eget ø-pas” - en helsides artikel,
”Med ø-pas til Orø” - en tosiders artikel og
”Østjylland - mennesker, miljøer og musik” - en femsiders artikel med Tunø, Endelave og Hjarnø.

Fra *Tursejleren*, nr. 02, 2017

Dansk Sejlunions blad, *Sejler*, har præsenteret ø-passet og bragt en ottesiders artikel om Smålandsfarvandet med omtale af Agersø, Omø, Femø, Fejø og Askø/Lilleø.

Foreningen af Lystbådehavne i Danmarks blad, *FLID & FAKTA,* har under overskriften ”Husk passet” givet ø-passet en helsides omtale.

Advertorial

Inselpass für das dänische Inselreich

Dänemark begrüßt Sie mit einem neuen Inselpass für das dänische Inselreich. Im Inselpass werden 37 Inseln mit einer Karte und Fakten über die Größe, Einwohnerzahl, Sehenswürdigkeiten und Erlebnisse vorgestellt. Segler erhalten so reichlich Inspiration zu den 37 Eilanden.

Mit dem Pass möchten wir Sie zum Insel-Hopping einladen. Jede Insel heißt Sie mit ihrem Charme, ihrer Authentizität und ihren einzigartigen Erlebnissen willkommen. Die besondere Stimmung und Ruhe hilft ihnen, sich zu entspannen und das Leben zu genießen.

In den Häfen der Inseln finden Sie eine Tafel mit einem besonderen Schreibstift. Mit diesem können Sie die Silhouette der Insel in ihre Pass malen und mit Freunden und Familien in Wettbewerb treten, wer mehr dänische Inseln besucht hat. So wird spielerisch Dänemark erschlossen und am Ende des Urlaubs gibt der Pass eine Übersicht der besuchten Orte und hält die Erinnerung für immer fest. Fast wie ein richtiger Pass

Dänemark hat mehr als 400 Inseln. Im Inselpass sind Eilande ausgewählt worden, die keine feste Brücke zum Festland haben, Sie finden aber auch ein paar Ausnahmen. Unsere inselwelt ist Eldorado für Segler und bietet zahlreiche kleine, aber auch große, ruhige Häfen. An Land können Sie die Natur genießen und nachts haben Sie vielleicht das Glück, einen ganz besonderen Sternhimmel zu erleben, da auf vielen Inseln kein Straßenlicht vorhanden ist. Das ist nahezu einzigartig.

Weitere Informationen und den Inselpass zum Herunterladen finden Sie unter www.visitdenmark.de/inselpass

Der Inselpass

Laden Sie den Inselpass unter diesem Link herunter: www.visitdenmark.de/inselpass

Advertorial fra magasinet *Segeln*, 6/2017

Ø-passet er i samarbejde med VisitDenmark distribueret i Tyskland sammen med magasinet *Segeln* i over 14.000 eksemplarer og med magasinet *Yacht* i over 32.000 eksemplarer. Begge magasiner har samtidig bragt en helsides advertorial om ø-passet.

På messen Hanseboot – Hamburg International Boot Show – i oktober - november 2017 har VisitDenmark uddelt ø-passet til messens gæster. Der var så stor interesse for ø-passet, at der i løbet af messen blev behov for at sende flere ø-pas til Tyskland. Ø-passet fik således stor opmærksomhed på Hanseboot, og VisitDenmark rapporterede tilbage: Responsen fra de messebesøgende har været rigtig positiv, da de både synes, at konceptet er sjovt, og at kvaliteten er rigtig høj.

Med disse tiltag har den nye målgruppe, lystsejlerne, både i Danmark og Tyskland fået masser af inspiration til at anvende ø-passet og besøge de danske øer. *Se bilag 2.*

Elsker Danmark-Kampagnen – ø-passet scorede bedste resultat

I forbindelse med brandingen i Danmark købte projektet en pakke hos Dansk Kyst- og Naturturismes og VisitDenmarks fælles kampagne: ”Elsker Danmark”. Kampagnen har platform på www.elskerdanmark.dk og ø-passet er her blevet profileret med web-bannere på udvalgte online medier og med Facebook-annonce via Facebook Business Manager.

I kampagnens første periode scorede ø-passet det bedste resultat med en CTR (Click Through Rate) på 0,89 % mod et landsgennemsnit på 0,11 %, og i hele kampagnen scorede ø-passet en CTR på 0,81 % mod et gennemsnit for hele kampagnen på 0,53 %.

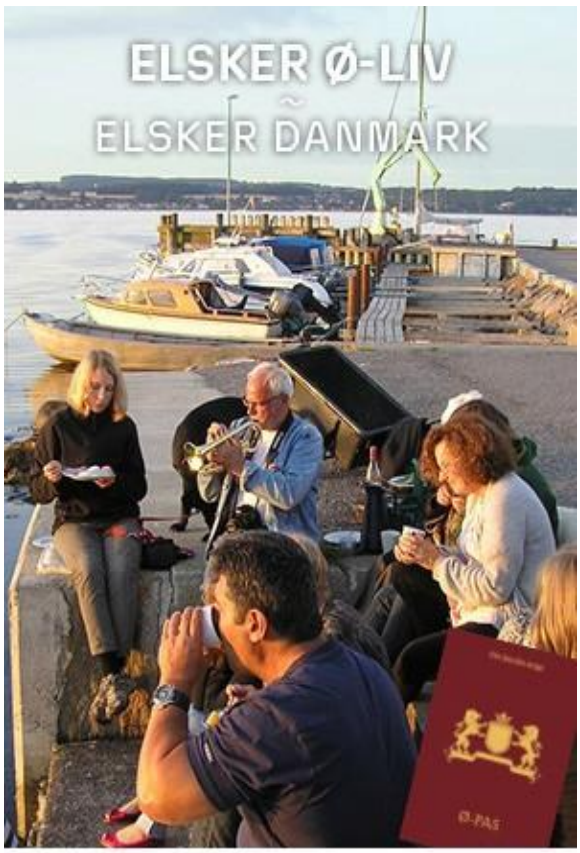
Ø-passet klarede sig totalt set således væsentlig bedre end de andre i kampagnen, og det var endda i konkurrence med de store destinationer, fx Hvide Sande, Nordsjælland, Toppen af Danmark og Fyn.

Banneret med ø-passet er på udvalgte medier vist over 1 mio. gange, og knap 10.000 klikkede på banneret, hvilket gav det flotte CTR-resultat på 0,89 %.

Ø-passet fik i kampagnen en relevansscore på 9 ud af 10 på Facebook, hvor 10 er det højeste. Facebook baserer deres relevansscore på den positive/negative feedback, der er på annoncen, og her fik ø-passet altså den højeste relevansscore, og det højeste Dansk Kyst- og Naturturisme har set på en sådan kampagne. Det flotte resultat blev også opnået, fordi der samtidig var mange opslag og stor aktivitet på Facebook-profilen for ø-passet – *Øhop med øpas*. Det belønner Facebooks algoritmer i forhold til kampagneperformance.

I BT´s sommertillæg, BT Sommer, der udkom den 22. juli, fik ø-passet endvidere i forlængelse af Elsker Danmark Kampagnen en helsides annonce.

Advertorials på MX Metroxpress og Idényts hjemmeside gav over 3.500 visninger. Derudover er ø-passet præsenteret i Idényts nyhedsbrev og tilbudsmail med en CTR på henholdsvis 0,73 % og 0,98 %.
Se bilag 1.



Danmark har det du elsker

Lad ø-passet guide dig til de danske øer

Webannonce fra kampagnen *Elsker Danmark*

Annoncering af ø-passet

For at skabe endnu større synlighed af ø-passet er der annonceret for ø-passet i udvalgte medier. Medierne er udvalgt, idet deres læsere matcher målgruppen for potentielle turister på de danske øer, altså primært enlige og voksne par, som også har interesse for at erhverve ø-passet. Der er annonceret i følgende landsdækkende magasiner og blade, *se bilag 3*:

- *Helse*
- *Sundhed*
- *Ud & SE*
- *Billedbladet*
- Nettos blad *LIME*
- Spars blad *Kulør*
- Dansk AutoCamper Forenings blad Autocamperen
- Cyklistforbundets blad *Cyklister*
- Dansk Vandrelaugs blad *VandreLiv*
- Danske Tursejleres blad *Tursejleren*
- DK-Camps blad *Oplev Danmark*
- Dansk Sejlunions blad *Sejler*

Annonce fra magasinet *Helse,* maj 2017

Pressemeddelelser, nyhedsbreve og øvrig omtale i ind- og udland

For at udbrede kendskabet til ø-passet er der udsendt et stort antal pressemeddelelser, og alt i alt har det resulteret i over 250 omtaler i landsdækkende og regionale aviser samt lokale ugeaviser og medier (Opgjort af VisitDenmark). Det har givet en vældig eksponering og udbredelse af ø-passet. Se bilag 3.

DANMARK ØRIGET

Ø-pas til 37 danske øer en succes

Passet med oplysninger om de enkelte øer og gode råd er blevet en kæmpesucces.

POUL HUSTED

MORTEN LANGKILDE (FOTO)

Det rødbedefarvede danske pas giver visumfri adgang til 156 lande. Det danske ø-pas i samme kulør hjælper dig på vej til 37 øer i det

ØMUSIK. Hvert år gæster popgruppen TV-2 Christiansø og Frederiksø, hvor forsangeren, Steffen Brandt, blev inspireret til sangen 'De første kærester på månen'. Månen er det lille forsamlingshus på Frederiksø.

Artikel i dagbladet Politiken 6. juli 2017

På det tyske marked er der udsendt pressemeddelelser som har medført 243 omtaler i Tyskland. *Se bilag 2.*

Ø-POSTEN Nr. 166

Ø-pas på ny ministers bord

Karen Ellemann overrækker den nye økonomi- og indenrigsminister Simon Emil Ammitzbøll et rigtigt pas

Afgående minister gav ny økonomi- og indenrigsminister et ø-pas i overdragelsesgave

Med en ny regering følger flere traditioner, som ikke mik for passes. En af dem er en overdragelsesceremoni i ministerierne, hvor den afgående minister siger 'tak for den tid det er gået' og byder den nye minister velkommen.

Med til denne tradition hører også, at der overrækkes gaver. Ikke nødvendigvis dyre gaver, men gaver, der har betydning for og symboliserer det arbejde, som den nye minister nu skal i gang med.

Således forsøgte det også denne gang i Økonomi- og Indenrigsministeriet. Afgående minister Karen Ellemann havde taks for den nye minister Simon Emil Ammitzbøll, og da det blev gavetid, skulede hun med at give den nye minister et Danmarkskort – underforstået at nu måtte han jo ikke glemme, at han var minister for hele Danmark.

Dermed trak hun et lille rødt pas op – og nej det handlede ikke om integration og grænsekontrol – men dermed om ø-er! Karen Ellemann overrakte nemlig den nye minister et ø-pas med ordene: „Her kommer noget rigtigt – det er nemlig ø-pass!! Det er simpelt hen en overvægt over alle landets øsland.". Hun mente dermed at ministeren med dette pas kunne holde styr på alle øerne, når han nu skulle rundt i hele kongeriget!

Vi har selvfølgelig allerede inviteret Simon Emil Ammitzbøll på ø-tur – og i øvrigt synes vi, at det var et fint og rigtigt gavevalg – godt gået!

dw

I Færgesekretariatets medlemsblad *Ø-Færgerne* er ø-passet omtalt i to artikler og i Sammenslutningen af Danske Småøers *Ø-posten* er der bragt tre artikler om projektet, så beboerne og virksomhederne på øerne samt andre interessenter er blevet orienteret om arbejdet og resultaterne med ø-passet.

Ved ministerrokaden i efteråret 2016 overrakte afgående indenrigs- og økonomiminister Karen Ellemann et ø-pas til sin afløser Simon-Emil Ammitzbøll-Bille med opfordringen om at tage på ø-hop.

Derudover har mange medier, organisationer og kommuner omtalt ø-passet bl.a. på deres hjemmesider. Projektets samarbejdspartnere har endvidere omtalt ø-passet i pressemeddelelser og nyhedsbreve.

Også indslag på DR, på såvel nationale som regionale kanaler, og præsentation på regionale TV-kanaler har givet ø-passet en god eksponering og stor opmærksomhed.

Forsideartikel fra Ø-posten, nr. 166, december 2016

Promovering af ø-passet

I forbindelse med at Pæreskuden fra Fejø solgte 10.000 kg frugt i Nyhavn i september 2017 blev der uddelt ø-pas til de handlende. Lørdag og søndag med godt vejr blev der uddelt over 600 ø-pas, og der var en rigtig fin dialog med potentielle turister, der gav positiv feedback. Nogle havde allerede fået et ø-pas og havde konkurrencer kørende med familiemedlemmer og venner om, hvem der havde besøgt flest øer.

Pæreskuderne i Nyhavn

Facebook

Facebook-profilen, "Øhop med øpas" fik – og får fortsat - hver dag flere likers/følgere. Fra juni voksede antallet med over 4500 til mere end 5000. Virksomhederne på øerne har støttet op om profileringen med flotte præmier til konkurrencerne på Facebook, så rigtig mange har deltaget i konkurrencerne om de spændende ø-præmier og klikket på opslag samt givet kommentarer.

Rækkevidde: organisk/betalt | Klik på opslag | Reaktioner, komm

Offentliggjort	Opslag	Type	Målretning	Rækkevidde	Interaktion
01-09-2017 10:04	Ø-pas og frisk frugt i Nyhavn - Fra lørdag den 2. september ti			44,9K	1,5K 2,4K
23-08-2017 12:52	Kom lørdag den 26. august til åben ø-dag på Omø eller Sej			32,3K	1,4K 983
21-08-2017 10:39	Tillykke til Inge Risom, du er d en heldige vinder af billetter til			1,4K	23 2
15-08-2017 10:01	Konkurrence - vind billetter til 2 voksne og 2 børn til oplevel			27,8K	983 986
07-08-2017 10:10	Tillykke til Lene B. Ludwig Sa muelsen, du er den heldige vi			2,1K	46 33
01-08-2017 09:32	Konkurrence - Oplev nature n på Fanø - vind sælsafari f			72,8K	4,4K 3,3K
31-07-2017 10:01	Tillykke til den heldige vinde r af en færgebillet til Læsø U			2,1K	72 35
25-07-2017 08:22	Konkurrence - vind en færg ebillet til Læsø - en bil max.			118,6K	8,1K 4,3K

Eksempler på opslag på Facebook profilen *Øhop med ø-pas* og deres rækkevidde

TV-serien Øhop

TV-MidtVest bragte en serie: "Livet Længe Leve", hvor de sendte en udsendelse fra Ærø. På baggrund af dette kontaktede ø-turismeambassadør Britta Leth dem med forslag om at lave flere udsendelser fra de danske øer fra ø-passet. Den idé blev godkendt og gav inspiration til en ny serie "Øhop", hvilket passer perfekt med ø-passets egen Facebook-profil. Ved projektets afslutning har Inge og Kai Hartmeyer fra TV-MidtVest lavet optagelser på 22 af de danske øer. Muligvis fortsætter de optagelser på de resterende øer i 2018.

Udsendelserne vises i foråret 2018 og vil blive stillet gratis til rådighed for de øvrige regionale tv-stationer, så forhåbentlig kommer hele Danmark til at følge livet på småøerne. Derudover får øerne optagelserne fra den enkelte ø, så disse kan vises på øens hjemmeside m.v.

Udsendelserne kan findes her: https://www.tvmidtvest.dk/o-hop/o-hop-710

Det har en enestående værdi for projektet, at disse optagelser er lavet. Det ville have været umuligt at gennemføre og honorere optagelser af en sådan serie. Serien har en unik betydning for turismen og præsentationen af øerne. Ved præsentation af optagelserne på øernes hjemmeside vil serien også give inspiration til bosætning på øerne.

Avernakø og Bjørnø går til filmen

En ny serie for børn "Kolonien" er denne sommer optaget på Avernakø og Bjørnø. Spændingsserien på 24 afsnit er fra oktober 2017 blevet vist på teenagekanalen DR Ultra. Seriens plot er, at en gruppe 10-14-årige børn skal på deres første feriekoloni - langt fra fastlandet - på en øde ø, og de bliver væk for de voksne. Der har været mange spændende udfordrende opgaver, der skulle løses i forbindelse med optagelserne af filmen.

Bloggere

Der er etableret et samarbejde med to bloggere, en sociolog og geograf, som vil sætte fokus på de mange natur- og kulturoplevelser samt friluftsaktiviteter, der er på øerne i ø- passet. De vil i 2018 besøge øerne og med blogindlæg samt videoer på YouTube gøre flere unge nysgerrige på de danske øer, så en ny målgruppe kan få inspiration til at besøge og holde ferie på de danske øer. De kalder deres rundtur til øerne for Ødysséen, og kan følges her: www.opdag-øer.dk og på Facebook https://www.facebook.com/oedysseen

Endvidere vil tyske bloggere besøge nogle øer i foråret 2018, og dermed give tyskerne inspiration til at tage på ø-hop.

Konferencer, høringer, årsmøder og generalforsamlinger

På Færgesekretariatets høring og på Horestas konference, begge i Landstingssalen på Christiansborg er ø-passet blevet fremhævet og rost af politikerne. Ø-turismeambassadør Britta Leth har endvidere præsenteret

arbejdet med ø-passet på Innocoasts konference og på Kommunernes Landsforenings turismetræf i august 2017. Endvidere har hun præsenteret arbejdet og resultaterne med ø-passet på Færgesekretariatets årsmøde og Sammenslutningen af Danske Småøers generalforsamling og ø-repræsentantskabsmøde. Projektleder Lise Sørensen har præsenteret ø-passet for medlemmerne i den europæiske småø-organisation ESIN på årsmødet i september 2017.

Tænketank for Dansk Ø-turisme

En tænketank med repræsentanter fra VisitDenmark, Færgesekretariatet, Færgen, LAG Småøerne og Sammenslutningen af Danske Småøer blev etableret i foråret 2017. Der har været afholdt to møder i tænketanken, der derudover afsluttedes med et seminar den 24. januar *2018. Se bilag 4.*

På tænketanksmøderne har ø-passet, destinationsudvikling på de danske øer og samarbejde været i fokus. Mulighederne for enten at arbejde for at etablere en samlet ø-destination eller at satse på fælles markedsføring af øerne været drøftet. Desuden har potentialer for øerne samt udfordringer for især de mindste øer med hensyn til at opnå tilstrækkelig kritisk masse været drøftet. Endelig har samarbejde – både på og mellem øerne, såvel som med fastlandets turistorganisationer, været et tema.

Tænketanken afsluttedes med et større turismeseminar i januar 2018. Her var foruden tænketankens hidtidige medlemmer indbudt ø-virksomheder og turistorganisationer til en seminardag med hovedtemaerne *samlet dansk ø-destination?* og *betydningen af samarbejde*. Seminaret havde et stort fremmøde med 61 deltagere fra øerne og turistorganisationer samt andre ø-interessenter. På baggrund af debatterne på seminaret kan det konkluderes, at der blandt deltagerne dels var interesse for at udvikle en fælles markedsføring for de danske øer og dels et gensidigt ønske om at indgå samarbejder mellem virksomheder og turistorganisationer. Begge områder kan med fordel udvikles fremover – gerne i regi af ø-passets videre udvikling.

Projektets effekter

Indeværende projekts resultater har vist, at turisterne gerne vil se på øerne som et fælles rejsemål. Det har også vist, at ø- passet og en samlet branding og markedsføring af øerne får flere turister til at besøge øerne. Herved øges omsætningen og dermed potentielt beskæftigelsen - og på sigt også bosætningen - på de danske øer.

Med ø-passet har de danske øer fået:

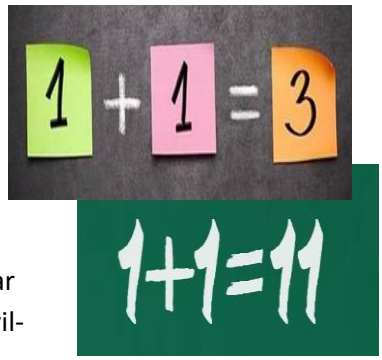
- Et unikt markedsføringsprodukt
- Et kvalitetsprodukt, som turisten gerne vil betale for
- Et kvalitetsprodukt, som har gemmeværdi
- Et produkt, der har skabt synergi mellem øerne
- Et produkt, der rammer alle målgrupper
- En ligeværdig præsentation af de enkelte øer
- Et konkurrenceelement – en gimmick turisterne er vilde med
- En Facebook profil med konkurrencer/formidling
- Et produkt, ø-passet, der er: Reason to go – to stay – and to return

Synergier

Ø-passet skaber synergi mellem øerne og kan fungere som fundamentet for samarbejder mellem øerne over for de kundesegmenter, der ønsker inspiration til og efterspørger ø-ferie. En koordineret branding og markedsføringsindsats fremover vil sikre højere kendskabsgrad til de danske øer og dermed vækst.

Nogenlunde samtidig med ø-passets lancering, blev der indført nedsættelse af færgetakster til passagerer til øerne. Ø-passet og de nedsatte færgepriser er begge ordninger, der motiverer turisterne til at besøge de danske øer med færge-adgang. De to tiltag supplerer hinanden godt og har givet såvel politisk som folkelig bevågenhed.

Estimeret omsætning – i kølvandet på ø-passet



Ø-passet har vist sig at være "motor" for de positive udviklingscirkler og er således katalysator for omsætningen på øerne, idet ø-passet trækker flere turister til øerne og dermed styrker omsætningen på øerne. På længere sigt vil der blive brug for mere arbejdskraft, og det kan motivere flere til at bosætte sig på øerne.

Der er i alt i 2016 og 2017 trykt 239.000 ø-pas. Der er kommet rigtig mange positive tilbagemeldinger fra virksomhederne på øerne om, at turisterne har oplyst, at de direkte fra ø-passet har fået inspiration til besøget på øen – hvilket netop har været formålet med ø-passet.

Hvis blot en andel af de turister, der har fået et ø-pas, tager en ekstra ø-tur, og måske endda har flere med på turen, kan det give følgende estimat for meromsætning mht. færgebilletter og forbrug på øen:

- 100.000 ø-pasindehavere forbruger kr. 350 på et ø-besøg, dagtur i alt **35 mio. kr.**
- 50.000 ø-pasindehavere forbruger kr. 500 på en ø-ferie, et døgn i alt **kr. 25 mio.**

En forøgelse af omsætningen på **kr. 60 mio.** har en væsentlig betydning for øerne.

Ø-passets fremtid

Den 1. februar 2018 har Sammenslutningen af Danske Småøer overdraget konceptet for ø-passet til Landdistrikternes Fællesråd. Dette er gjort for at sikre ø-passets værdi fremover. Ø-passets succes har været overvældende hos turisterne, og det ligger Sammenslutningen af Danske Småøer på sinde at successen kan fortsætte til gavn for både øerne og gæsterne. Samtidig har Sammenslutningen af Danske Småøer erkendt, at det vil tage uforholdsmæssigt mange af organisationens ressourcer at drive konceptet videre. Da der foruden Sammenslutningen af Danske Småøers egne 27 medlemsøer også indgår 11 andre øer i ø-passet, har vi fundet det naturligt at overdrage det til en landsdækkende organisation.

Det er derfor glædeligt at Landdistrikternes Fællesråd har sagt ja til at videreføre projektet til gavn for turister, turisterhverv og rederierne, der sejler til de danske øer. De vil fremover varetage ø-passet, såvel i fysisk som i digital form, samt branding og udvikling i forbindelse med ø-passet. Der er indgået en aftale hvor Sammenslutningen af Danske Småøer står til rådighed og inddrages i et samarbejde om udviklingen af ø-passet. Samarbejdet om ø-passet er allerede kommet godt fra start i overdragelsesperioden her i forårtet 2018. Landdistrikternes Fællesråd har allerede vist stor interesse og engagement i forhold til ø-passet.

Ø-passets store succes har betydet, at mange har fattet interesse for øerne. Det giver sig også udslag i producenter af TV-serier og bloggere, der (bogstavelig talt med ø-passet i hånden) er draget på øhop og fortæller om øerne – hvilket igen giver god omtale og inspirerer turister til nye ø-besøg.

På vegne af Sammenslutningen af Danske Småøer
Lise Thillemann Sørensen,
Sekretariatsleder
5. april 2018

Bilagsliste

- Øpas, to danske udgaver

i 2017: https://issuu.com/sammenslutningenafdanskesmaoer/docs/__-pas_2017_-_danske_udgave

i 2018: https://issuu.com/sammenslutningenafdanskesmaoer/docs/_-pas_2018_skaerm

- Øpas tysk/engelsk udgave: bit.ly/Inselpass

Bilag:

a) Elsker Danmark Kampagnen: webbanner og evalueringer

b) Kampagnemateriale for det tyske marked, VisitDenmark

c) Presseomtale, artikler, annoncer, advertorials mm

d) Tænketank for dansk ø-turisme: kommissorium, referat af 1. møde, referat af 2. møde, referat af tænketanksseminar den 24.1. 2018 inkl. program