

01/12/2017

VIDENSGRUNDLAG TIL EN FÆLLES RETNING FOR SJÆL- LANDSTURISMEN

Udarbejdet for Dansk Kyst- og Naturturisme og Region Sjælland af EHSB
v/ direktør Eskild Hansen

INDHOLD

RESUME	3
HVOR STÅR REGION SJÆLLAND?	6
STYRKEPOSITIONER OG POTENTIALER	18
PÅ TVÆRS AF VÆRDIKÆDER OG GEOGRAFI	26
APPENDIKS 1 – KOMMUNERNE ARBEJDER MED	31

RESUME

BAGGRUND

Der er store forskelle i turismens erhvervs- og regionaløkonomiske udvikling i Danmark. Målt på antallet af kommercielle overnatninger har der siden 2008 været nul-vækst i kyst- og naturturismen, mens erhvervsturismen er vokset lidt (14%) og storbyturismen er vokset meget (69%). I samme periode har Region Nordjylland og Region Sjælland som de eneste regioner oplevet tilbagegang i antallet af overnatninger (-9% i Region Sjælland; -7% i Region Nordjylland).¹

Hvad er årsagen til Region Sjællands svage turismemæssige præstationer? Er der særlige forhold og vilkår i regionen, der kan forklare situationen? Hvor kan der fremadrettet sættes ind, for at styrke turismeudviklingen i Region Sjælland? Det søges der svar på i dette vidensgrundlag.

Et vigtigt afsæt for arbejdet med vidensgrundlaget har været notatet *"Fælles retning for turismen i Region Sjælland"*.² Her blev der peget på tre barrierer for turismen i Region Sælland: 1) Mangel på samarbejde, 2) få signaturoplevelser og 3) lavt kendskab. Der blev også peget på tre styrker: 1) Nærhed til København, 2) oplevelser inden for natur, kultur og sjove forlystelser, samt 3) kvalitetsfødevarer.

¹ Regeringen, 2016: "National strategi for dansk turisme".

DATAGRUNDLAG

Vidensgrundlaget er baseret på et omfattende datamateriale: 1) En bred indsamling af kvantitative data (se særskilt data-ark), 2) særkørsler udarbejdet af CRT på den nationale Turistundersøgelse 2014 (se også særskilt dataark) samt 3) indsamling af data om udvalgte kommunale udviklingsindsatser med turismemæssigt perspektiv (se appendiks 1) og om markedsgrundlaget i nogle af regionens vigtige turismevirksomheder – Comwell Køge Strand, Gavnø Slot, Sørup Herregaard, Lalandia, Sommerland Sjælland, Dragsholm Slot og Møns Klint Resort (se appendiks 2).

HVOR STÅR REGION SJÆLLAND?

I Vidensgrundlaget gives følgende billede af turismen:

- Lolland/Guldborgsund/Vordingborg (syd), Roskilde (øst), Slagelse (vest) og Odsherred (nord) er kerneområder.
- Regionen er stærkt specialiseret inden for danske gæster, kyst- og naturturisme og feriehus.
- Højest internationalisering i Lolland/Guldborgsund/Vordingborg, Roskilde og Slagelse.
- Gæsterne oplever Sjælland som middel/lav kvalitet og har stort set samme kurv af ferieaktiviteter (lidt mere lokalkultur i nord, lidt mere børneaktivitet i syd).
- Mere fragmenteret struktur end andre steder (laveste andel kommercielt overnattende; laveste andel hotel/feriecenter).

² Udarbejdet af en arbejdsgruppe nedsat af KKR Sjælland, juni 2017.

- Hotel/restauration har højere andel af beskæftigede i nye virksomheder end alle andre brancher, hvilket også bidrager til fragmentering.
- Uddannelsesprofil afviger (flere faglærte/færre studerende).
- Vækstspring i hovedstaden "dræner" investeringer i hotel/restauration fra Østsjælland; Vest- og Sydsjælland ligger pænt.

BARRIERER OG STYRKER

Vidensgrundlaget belyser barrierer for og styrker i turismen i Region Sjælland. Det kan sammenfattes i tre punkter:

- **Tilgængelighed går begge veje:** Det er en fordel for Sjælland, at københavnere let kan bruge regionen og at gæster, der besøger Sjælland, kan få København "med i købet". Men det er også en ulempe for Sjælland, at skulle konkurrere med København om gæster, arbejdskraft og kapital. Sjælland mærker en stærk sugerørseffekt inden for turismen. Storbygæsterne bruger i dag Sjælland i meget begrænset omfang. Til gengæld står Sjælland stærkere overfor landligere (sommerhusejere), ferieturister og erhvervsturister primært fra Hovedstaden/Sjælland selv. Ligesom der er potentiale i nærheden til København som en værdifaktor for destinationerne i Region Sjælland når de skal tiltrække turister. Det er umiddelbart indenfor disse felter at Sjælland har de bedste muligheder for at styrke sin position og skabe nye vækst.
- **Oplevelsesprofil land-by skala:** Turismeoplevelserne i Region Sjælland er i gæsternes øjne overordnet set "på det jævne". Ferieturister fra København har større præference for Bornholm, der har en mere moderne/urban profil. Sjælland kan styrke sin position som "bagland til København" ved at bringe flere urbane/moderne elementer ind i den landlige/traditionelle profil.
- **Smådrift er ineffektiv/vanskelig og hyggelig/tiltrækkende:** Strukturelt er turismen på Sjælland udfordret. Der er ikke én stor regional hovedby indenfor Region Sjælland, hvorfor København i høj grad får status som dette for både Region Hovedstaden og Region Sjælland, til gengæld er der i Region Sjælland fire stærke geografiske turismeområder (Lolland/Guldborgsund/Vordingborg, Roskilde, Slagelse og Odsherred). Oplevelsesattraktionerne er i størrelsesgruppen mindre/mellemstore, hoteller og campingpladser er i gennemsnit mindst i hele landet. Der er få store begivenheder bortset fra Roskilde Festival. Størrelsesstrukturen er samtidig en potentiel styrke for Sjælland, for der er en trend imod og stigende interesse for de "små steder" – øer, byer, steder, gallerier, gårde osv.

POTENTIEL SYNERGI PÅ TVÆRS AF VÆRDIKÆDER OG GEOGRAFI

I det sidste afsnit i vidensgrundlaget trækkes nogle perspektiver op i forhold til det samlede turismesystem i og omkring Region Sjælland. Der peges blandt andet på følgende synergier/potentialer ved et styrket samspil på tværs af værdikæder og geografi:

- **Dele kernefortællinger og styrke oplevelsesruter:** Inden for Region Sjælland og i samspil med hovedstaden, Nordsjælland, Bornholm og Skåne er der et potentiale i at dele/styrke kernefortællinger og oplevelsesruter inden for kultur/fødevarer, afslapning/kyst/natur og sjove/børnevenlige oplevelser. Den samlende ide kan være: Baglandet til København med en særlig blanding af landlige og urbane oplevelser ("Copenhagen Sea- and Countryside"). Potentialet findes her i hele Region Sjælland, men med særlig vægt i kernekommunerne Lolland, Guldborgsund og Vordingborg (syd), Slagelse (vest), Odsherred (nord) og Roskilde (øst).
- **Erhvervsturisme kombineret med kyst- og naturturisme:** Region Sjælland har styrker inden for erhvervsturisme (og er partner i Meet-Denmark). Arbejdet med at udvikle og fremme erhvervstourismen i Region Sjælland kan styrkes med særligt fokus på kommunerne i vest (Slagelse, Kalundborg og Sorø) og øst (Roskilde, Ringsted og Køge).
- **Kyst- og naturturisme kombineret med storbyturisme:** Der er for øjeblikket betydeligt fokus mulighederne for i højere grad end hidtil

at kombinere kyst- og naturturisme i Region Sjælland (og i Nordsjælland) med storbyturisme i Hovedstaden. Hovedstaden har en strategisk interesse i at sprede turismen og modvirke negative effekter af spidsbelastning. Sjælland har en strategisk interesse i at koble sig til hovedstadens internationale attraktivitet (og fx sælge sommerhusferie med Tivoli- eller Louisiana-tur). Der mangler data, som kan dokumentere disse potentialer, men overordnet er billedet, at der kyst- og naturturisme på Sjælland i høj grad efterspørges sammen med ophold/besøg i København, mens det omvendte kun i meget beskedent omfang er tilfældet. Det er meget vanskeligt at trække turister, der har storby som *reason-to-go*, ud til kysterne.

HVOR STÅR REGION SJÆLLAND?

KERNEKOMMUNER

Efter økonomiske betydning (turismeforbrug jf. tabellen til højre) kan kommunerne i Region Sjælland inddeles i fire grupper:

- **A-kommuner (stor volumen og stor betydning):** Roskilde, Odsherred, Guldborgsund, Slagelse, Lolland og Næstved.
- **B-kommuner (middel/lille volumen og stor betydning):** Vordingborg, Sorø og Stevns.
- **C-kommuner (middel/lille volumen og lille betydning):** Kalundborg, Køge, Holbæk, Ringsted, Solrød, Faxe, Greve og Lejre.

En analyse af turismemæssig "kritisk masse" i kyst- og naturturisme-kommunernes³ bekræftede også ranordningen af de sjællandske kommuner, men satte dog også Vordingborg op i det for Sjælland øverste lag. Tilsammen peger data således på **seks turismemæssige kerne-kommuner** i Region Sjælland:

- Guldborgsund, Lolland og Vordingborg i syd
- Slagelse i vest
- Odsherred i nord
- Roskilde i øst

Turismeforbrug, 2015, mio. kr.

	Turismeforbrug	Turismeandel
Hele landet	97490	1,9%
Region Sjælland	10329	2,0%
Roskilde	1452	2,5%
Odsherred	1247	6,2%
Guldborgsund	1224	3,5%
Slagelse	903	2,0%
Lolland	900	3,3%
Næstved	716	1,8%
Vordingborg	616	2,5%
Kalundborg	548	0,7%
Køge	454	1,1%
Holbæk	428	1,1%
Ringsted	364	1,6%
Solrød	117	1,3%
Sorø	309	2,2%
Faxe	281	1,4%
Stevns	274	3,1%
Greve	266	1,0%
Lejre	229	1,7%

Kilde: VDK/CRT, 2017: "Turismens økonomiske betydning i Danmark 2015".

Anm.: Turismeandel er turismeforbrugets andel af samlet produktionsværdi.

³ Dansk Kyst- og Naturturisme, 2016: "Analyse af kritisk masse for kyst- og naturturismen i Danmark 2016", udarbejdet af CRT.

Nogle kommuner har en høj andel af turismeforbruget fra erhvervsturister (Slagelse, Køge, Roskilde, Ringsted, Sorø og Næstved) mens andre kommuner har en lav andel fra erhvervsturister (Guldborgsund, Odsherred, Vordingborg og Lolland).

Væksten i kerne-kommunerne målt på antal overnatninger i 2011-15 varierer: Guldborgsund -4 pct., Lolland 3 pct., Vordingborg 12 pct., Slagelse 12 pct., Odsherred 11 pct. og Roskilde 20 pct. (Region Sjælland i snit 6 pct.).

SPECIALISERINGER I REGION SJÆLLANDS TURISME

Tabellen med specialiseringstal bygger på omsætningsandelene i oversigten til højre. Tallet i parentes er et specialiseringstal. Det er beregnet ud fra Region Sjællands andel af landets samlede turismeforbrug på 10,6 pct. Et specialiseringstal over 100 viser, at Region Sjælland har en overgenemsnitlig andel og er specialiseret

I tabellen er turismeforbruget fra specialiseringerne også sat ind med antal mkr., så der også kommer størrelsesforhold på specialiseringerne.

Specialiseringstal

Overnatningsform	Målgruppe	Marked
<i>Festival (400) 356 mkr.</i>	Kyst- og naturturisme (179)	Danmark (116) 7200 mkr.
Eget/lånt feriehus (204) 1580 mkr.		
<i>Feriecenter (165) 311 mkr.</i>		
Lejet feriehus (151) 1950 mkr.		
<i>Lystbåd (148) 38 mkr.</i>		

Region Sjællands styrker træder tydeligt frem i tabellen.

- Samlet set er regionen specialiseret i kyst- og naturturisme og i danske gæster.
- Eget og udlejet feriehus er specialiseringer med stor volumen.
- Festival (primært Roskilde Festival), feriecenter (primært Lalandia) og lystbåde (primært sydkysten) er klare specialiseringer med mindre volumen.

Omsætningsandele

Region Sjælland har:

- 10,6 pct. af Danmarks samlede turismeforbrug (2015)
- 12,3 pct. af Danmarks turismeforbrug fra danske gæster (2015)
- 8,0 pct. af Danmarks turismeforbrug fra udenlandske gæster (2015)
- 9,4 pct. af Danmarks turismeforbrug fra tyske gæster (2015)
- 9,7 pct. af Danmarks turismeforbrug fra svenske gæster (2015)
- 9,6 pct. af Danmarks turismeforbrug fra norske gæster (2015)
- 19,0 pct. af Danmarks turismeforbrug fra kyst- og naturturister (2014)
- 7,0 pct. af Danmarks turismeforbrug fra erhvervsturister (2014)

Inden for de forskellige overnatningsformer har Region Sjælland:

- 4,2 pct. af Danmarks turismeforbrug fra hotel-ferie (2015)
- 6,8 pct. af Danmarks turismeforbrug i hotel-forretning (2015)
- 17,5 pct. af Danmarks turismeforbrug fra gæster på feriecentre (2015)
- 9,7 pct. af Danmarks turismeforbrug fra gæster på camping (2015)
- 5,3 pct. af Danmarks turismeforbrug fra gæster på vandrehjem (2015)
- 15,9 pct. af Danmarks turismeforbrug fra gæster i lejet feriehus (2015)
- 15,7 pct. af Danmarks turismeforbrug fra gæster på sejlerferie (2015)
- 42,3 pct. af Danmarks turismeforbrug fra gæster på festival (2015)
- 5,6 pct. af Danmarks turismeforbrug fra gæster på bondegård (2015)
- 0,0 pct. af Danmarks turismeforbrug fra gæster på krydstogt (2015)

Kilde: Beregnet efter VDK/CRT, 2017: "Turismens økonomiske betydning i Danmark 2015". Data for 2014 er fra Det nationale turismeforum, 2017: "Statusanalyse af turismens udvikling og konkurrenceevne".

Anm. Inden for erhvervsturisme er Region Sjælland som helhed ikke specialiseret. Ringsted, Sorø og Slagelse har imidlertid en specialisering i erhvervsturisme.

INTERNATIONALISERING

I Region Sjælland bidrog udenlandske gæster i 2015 med et turismeforbrug på 3,1 mia. kr. svarende til 30 pct. af regionens samlede turismeforbrug. På landsplan kom 40 pct. af turismeforbruget fra udenlandske gæster. Blandt regionerne har Region Sjælland målt på denne vis den laveste internationaliseringsgrad. Internationaliseringsgraden på kommuneniveau er vist i tabellen til højre (med tal fra 2013). Kerne-kommunerne er markeret grønt. Slagelse og Odsherred har en meget lav internationalisering. Ser man på de absolutte tal for udenlandsk turismeforbrug er Guldborgsund, Roskilde, Lolland, Vordingborg og Slagelse størst. Her ligger til sammen halvdelen af regionens samlede udenlandske turismeforbrug.

På hovedmarkederne er det udenlandske turismeforbrug endnu mere geografisk koncentreret:

- 71 pct. af forbruget fra tyske gæster (i alt 1 mia. kr. i Region Sjælland) ligger i TOP-5 kommunerne Guldborgsund, Vordingborg, Lolland, Odsherred og Næstved (her er der mange sommerhuse).
- 64 pct. af forbruget fra svenske gæster (i alt ½ mia. kr. i Region Sjælland) ligger i TOP-5 kommunerne Roskilde, Lolland, Næstved, Guldborgsund og Køge (Lalandia tiltrækker mange svenske gæster).
- 61 pct. af forbruget fra norske gæster (i alt ½ mia. kr. i Region Sjælland) ligger i TOP-5 kommunerne Roskilde, Slagelse, Kalundborg, Holbæk og Guldborgsund (der er også en vis erhvervsturisme fra Norge blandt andet i Kalundborg).

Internationalisering

	Andel turismeforbrug udland
Greve	59
Solrød	55
Køge	47
Guldborgsund	46
Vordingborg	45
Stevns	43
Roskilde	41
Lolland	40
Holbæk	37
Næstved	35
Region Sjælland	34
Lejre	34
Faxe	32
Sorø	31
Kalundborg	28
Ringsted	27
Slagelse	23
Odsherred	15

Kilde: VDK/CRT, 2017: "Turismens økonomiske betydning i Danmark 2015"

GÆSTERNES FERIEAKTIVITETER

Center for Regional og Turismeforskning, CRT har til dette vidensgrundlag lavet særkørsler på VisitDenmarks Turistundersøgelse 2014. I undersøgelsen er det belyst, hvor stor en andel af turisterne, der under ferien har udført forskellige aktiviteter. TOP-10 aktivitetslisten er vist i tabellen til højre for seks lokaliteter (Odsherred, Holbæk og Roskilde hhv. Næstved og Faxe slået sammen). Overordnet viser turistundersøgelsen, at der er **en fælles aktivitetskurv** på tværs af regionen inden for "klassisk" kyst- og naturturisme med aktiviteterne: Slappe af på overnatningsstedet, lave egen mad, tage på udflugter i naturen, opleve det lokale bymiljø, bade i hav/sø, gå korte ture samt gå på restaurant/café. På tværs af regionen er der forskel på hyppigheden, men alle seks steder er de 7 aktiviteter TOP 10 listen. For de øvrige aktiviteter er der følgende mønster:

- Være aktiv/lege med børn er på TOP 10 alle steder bortset fra Odsherred, Holbæk og Roskilde. Bade i badeland er med på listen i Næstved/Faxe, Lolland og Guldborgsund
- Der er også en kurv af lokal kulturaktivitet: Tage på shopping, opleve steder turister normalt ikke oplever samt møde lokalbefolkningen (Odsherred, Holbæk, Roskilde samt Kalundborg; dog ej shopping). Historiske attraktioner er med i Vordingborg.
- Længere vandreture (Næstved, Guldborgsund og Vordingborg) og dyrke sport/motion (Lolland) er også med.

Der er en tendens til mere lokalkultur i nord og mere børneaktivitet i syd, men temaer/oplevelsesprofil er i vid udstrækning fælles.

TOP 10 ferieaktiviteter blandt ferieturister i Region Sjælland, 2014

Odsherred, Holbæk, Roskilde (N=47)	%	Kalundborg (N=96)	%
Slappe af på overnatningsstedet	79	Slappe af på overnatningsstedet	75
Lave egen mad	65	Lave egen mad	70
Tage på udflugter i naturen	57	Bade i hav eller sø	59
Opleve det lokale bymiljø	54	Tage på udflugter i naturen	53
Bade i hav eller sø	53	Opleve det lokale bymiljø	50
Gå korte gåture eller sightseeing til fods	49	Gå korte gåture eller sightseeing til fods	47
Tage på shopping	47	Være aktiv/lege med børnene	44
Møde lokalbefolkningen	46	Møde lokalbefolkningen	44
Opleve steder turister normalt ej oplever	46	Opleve steder turister normalt ej oplever	42
Gå på restaurant, café el. lign.	44	Gå på restaurant, café el. lign.	40
Næstved, Faxe (N=104)	%	Lolland (N=66)	%
Lave egen mad	56	Være aktiv/lege med børnene	64
Slappe af på overnatningsstedet	55	Bade i badeland	48
Være aktiv/ lege med børnene	53	Lave egen mad	46
Gå korte gåture eller sightseeing til fods	50	Slappe af på overnatningsstedet	42
Opleve det lokale bymiljø	37	Gå korte gåture eller sightseeing til fods	33
Tage på udflugter i naturen	33	Gå på restaurant, café el. lign.	32
Gå på restaurant, café el. lign.	29	Tage på udflugter i naturen	24
Bade i hav eller sø	24	Opleve det lokale bymiljø	13
Bade i badeland	19	Bade i hav eller sø	8
Længere vandreture af min. 5 km	16	Dyrke sport og motion	7
Guldborgsund (N=164)	%	Vordingborg (N=221)	%
Lave egen mad	67	Lave egen mad	60
Slappe af på overnatningsstedet	59	Slappe af på overnatningsstedet	55
Være aktiv/lege med børnene	53	Tage på udflugter i naturen	54
Gå korte gåture eller sightseeing til fods	44	Gå korte gåture eller sightseeing til fods	45
Tage på udflugter i naturen	38	Opleve det lokale bymiljø	35
Opleve det lokale bymiljø	33	Besøge historiske attraktioner	30
Bade i hav eller sø	26	Være aktiv/lege med børnene	29
Gå på restaurant, café el. lign.	22	Gå på restaurant, café el. lign.	29
Længere vandreture af min. 5 km	21	Længere vandreture af min. 5 km	26
Bade i badeland	18	Opleve steder turister normalt ej oplever	20

GÆSTERNES VURDERING AF KVALITET

I en tilfredshedsanalyse fra 2015 blev fire feriesteder i Region Sjælland (Nykøbing-Rørvig, Marielyst, Møn og Vordingborg/Præstø) målt op imod andre særlige feriesteder i kyst- og naturturisme Danmark. Målingens resultat i forhold til anbefalelsesværdighed er vist i tabellen til højre. Som det fremgår scorer de fire feriesteder relativt lavt på anbefalelsesværdighed.

I en ny måling fra 2016 indgår kun Odsherred og Møn. Billedet er det samme; begge feriesteder ligger midt i feltet med Odsherred noget højere end Møn (målt på både andel af ambassadører og på såkaldt NPS-score).

Bruger man gæsternes forbrug af kulturydelser som kvalitetsindikator ligger Roskilde og Odsherred højest i Region Sjælland og faktisk hhv. #2 og #5 blandt kystturismekommunerne i Danmark.⁴

Bruges gæsternes forbrug af restaurationsydelser som kvalitetsindikator er det igen Roskilde og Odsherred, der ligger højest i Region Sjælland (Roskilde ligger her #6 blandt kystturismekommunerne i hele Danmark), efterfulgt af Lolland, Guldborgsund, Slagelse, Køge, Kalundborg og Næstved. Her varierer forbruget meget, hvilket også tyder på et meget varierende kvalitetsniveau.

⁴ Dansk Kyst- og Naturturisme, 2016: "Analyse af kritisk masse for kyst- og naturturismen i Danmark 2016", udarbejdet af CRT.

Anbefalelsesværdighed

	Andel ambassadører
Tversted	100%
Skagen	99%
Blåvand	93%
Fanø	93%
Hvide Sande	90%
Allinge-Sandvig	88%
Ebeltoft	87%
Søndervig	87%
Lønstrup	84%
Løkken	80%
Gilleleje	78%
Nykøbing Sjælland-Rørvig	75%
Blokhus	67%
Møn	66%
Rømø-Tønder	65%
Marielyst	64%
Faaborg	60%
Præstø-Vordingborg	55%

Kilde: DKNT, 2016: "Tilfredshedsanalyse 2015 - Turisters tilfredshed på udvalgte feriesteder i Danmark" Anm.: "Feriestederne i det sydøstlige Danmark er den gruppe, der har den laveste anbefalingsvillighed af alle de grupper af feriesteder. Dette skyldes især, at 28% er neutrale i forhold til, om de vil anbefale stedet til andre."

⁵ Dansk Kyst- og Naturturisme, 2016: "Analyse af kritisk masse for kyst- og naturturismen i Danmark 2016", udarbejdet af CRT.

KERNEBRANCHER

Turismen er et fragmenteret erhverv, hvor gæsterne i vid udstrækning selv sammensætter deres forbrug af varer og tjenester under rejsen. Samtidig er turisme for rigtig mange virksomheder blot en sideforretning. På landsplan er det således kun overnatningserhvervene, der har turisme som deres primære omsætningskilde; godt 90 pct. af omsætningen er fra turister. I restaurationsbranchen kommer 20 pct. af omsætningen fra turister, inden for kultur/forlystelser er andelen 10 pct. og i detailhandel 1 pct.

Region Sjælland er den region i Danmark, hvor den laveste andel af turismeforbruget ligger i kommercielle overnatningsformer (46 pct. mod 52 pct. på landsplan). Endvidere er Region Sjælland kendetegnet ved den laveste andel af turismeforbruget på hoteller/feriecentre (kun 16 pct. mod 30 pct. på landsplan og 40 pct. i Region Hovedstaden). Fra kommune til kommune varierer andelen betydeligt (se tabellen til højre), men kun fire kommuner har en andel på eller over landsgennemsnittet. Vandrehjem, campingpladser og feriehusudlejere kan også undertiden have samme rolle i turismearbejdet, som hoteller og feriecentre. Det er der også mange gode eksempler på i Region Sjælland, men hoteller/feriecentre spiller ofte en stærkere rolle.

Når turismen således er fragmenteret, har virksomhederne ikke incitament til at koordinere produkter i pakker og lignende. Det gælder i særlig grad for små aktører med begrænset udviklingskapacitet. Her synes Region Sjælland at være særligt udfordret.

Omsætningsandel fra gæster på hotel/feriecenter

	Andel, 2015
Lolland	45,5%
Ringsted	39,2%
Slagelse	30,6%
Sorø	29,9%
Næstved	24,0%
Køge	23,0%
Roskilde	21,3%
Faxe	14,6%
Guldborgsund	12,0%
Holbæk	10,4%
Vordingborg	9,6%
Lejre	9,2%
Kalundborg	9,1%
Odsherred	4,8%
Stevns	2,8%
Greve	2,5%
Solrød	1,3%

Kilde: Beregnet efter VDK/CRT: "Turismens økonomiske betydning i Region Sjælland 2013". Anm.: Ydermere er den gennemsnitlige hotelstørrelse i Region Sjælland den mindste i Danmark; i 2016 65 værelser pr. hotel; 72 i Østsjælland og 64 i Vest- og Sydsjælland. På landsplan var det 87 værelser pr. hotel og i Hovedstadsregionen 120 værelser pr. hotel. Fra 2008-2016 blev den gennemsnitlige hotelstørrelse i Region Hovedstaden øget med 13 pct. og i Region Syddanmark med 8 pct. I Region Nordjylland, Midtjylland og Sjælland var der ingen ændring i gennemsnitlig hotelstørrelse (beregnet efter Statistikbanken; hotel/feriecenter).

DESTINATIONER

Mønsteret omkring de seks kerne-kommuner og de geografiske turismeområder i syd, vest, nord og øst ses også i de tværkommunale destinationssamarbejder i Region Sjælland:

- *Business Lolland-Falster* (21 pct. af turismeforbruget; De Danske Sydhavskyster tilsammen 39 pct. af turismeforbruget)
- *Sydsjælland og Møn* – SydkystDanmark; Vordingborg, Næstved, Faxe og Stevns (18 pct. af turismeforbruget)
- *VisitVestsjælland*; Slagelse, Kalundborg og Sorø (17 pct. af turismeforbruget)

Roskilde (14 pct. af turismeforbruget) og Odsherred (12 pct. af turismeforbruget) indgår ikke i tværkommunale destinationer. Roskilde er med i et fjordsamarbejde, der også inkluderer Holbæk, Lejre og Frederikssund.

Nationalpark Skjoldungernes Land omfatter Roskilde, Lejre og Frederikssund.

Odsherred samarbejder med VisitNordsjælland om Den Danske Riviera.

Roskilde, Ringsted og Køge er i et vist omfang integreret i hovedstadens turismemarked med fokus på erhvervsturisme og storbyturister (fx overnattende grupper af kinesere).

Som led i udviklingen af samarbejdet i Greater Copenhagen er der overvejelser om den fremtidige destinationsstruktur her under både tættere integration med Wonderful Copenhagen og videreførelse af tværkommunale strukturer i Region Sjælland, i Nordsjælland og på Bornholm.

BRUTTOFORTJENESTE OG INVESTERINGER

Tabellen til højre viser udviklingen i bruttofortjeneste i hotel- og restaurationsbranchen i de forskellige landsdele.

Landsdel Østsjælland nåede i 2015 op på et niveau lige under landsgennemsnittet og lige over niveauet i Nordsjælland.

Udviklingen i Vest- og Sydsjælland har været svagere, på niveau med Fyn og kun undergået af Vestjylland.

Tabellen indikerer også, at turisme-væksten er høj i København (efter hårde år i 2009-2011) og Aarhus, og lavere i resten af landet.

Der forelægger endnu ikke regnskabsdata fra Danmarks Statistik for 2016-2017, men billedet er, at det fortsat går fantastisk godt for turismen især i de store byer og at der er endnu flere udvidelser og nyinvesteringer på vej.

Der er flere forklaringer på den bemærkelsesværdige vækst i storbyturismen: Gode konjunkturer, udvikling af infrastruktur og nye bydele, erhvervsmæssig vækst og internationalisering, bedre flyforbindelser, ny attraktivitet i form af gastronomi, byliv, koncerter o.a. og sidst men ikke mindst, at især København har nået en "kritisk masse" på turismeområdet og har opbygget et samlet turismesystem, der er internationalt konkurrencedygtigt.

Bruttofortjeneste i hotel og restauration

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Hele landet	100	97	94	100	104	113	118	122
Landsdel Københavns omegn	100	98	98	141	170	172	158	145
Landsdel Byen København	100	95	88	92	100	117	124	135
Landsdel Østjylland	100	100	99	109	106	118	121	123
Landsdel Bornholm	100	96	93	97	100	110	113	119
Landsdel Østsjælland	100	97	100	97	100	105	106	119
Landsdel Nordsjælland	100	90	91	93	93	100	104	115
Landsdel Nordjylland	100	99	96	98	97	109	115	115
Landsdel Sydjylland	100	101	99	98	102	104	113	112
Landsdel Fyn	100	98	99	99	98	99	107	109
Landsdel Vest- og Sydsjælland	100	98	95	95	95	98	104	107
Landsdel Vestjylland	100	89	91	99	94	94	98	93

Kilde: Beregnet efter Statistikbanken

I tabellen til højre er regnskabsstatistikens data for investeringer sat i forhold til bruttofortjenesten.

Billedet er overordnet, at investeringsniveauet relativt til bruttofortjenesten lå meget lavt i København i 2008-2010 men især i 2011 og i 2013 fik et stort løft.

For perioden som helhed ligger investeringsniveauet relativt til bruttofortjenesten over landsgennemsnittet i København, på Bornholm, i Vest- og Sydsjælland, på Fyn og i Sydjylland.

Niveauet lå til gengæld under landsgennemsnittet i Københavns omegn, i Nordsjælland og i Østsjælland. Billedet er således at høje investeringer "dræner" investeringer fra området rundt om København.

Samlet set ligger investeringsniveauet relativt til bruttoindtjeningen i Region Sjælland lidt under landsgennemsnittet, men det er altså især Østsjælland, der er udfordret.

Her kan der gøres en særlig udviklingsindsats. I Køge Kommune er der taget initiativer hertil med nye hoteller i støbeskeen, med planer om udvidelser af eksisterende hoteller og med en mulig indsats omkring erhvervsturisme i Connect Køge.

Bruttofortjeneste og investeringer, hotel og restauration

Bruttofortjeneste, andel af hele landet								
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Landsdel Byen København	31%	31%	29%	29%	30%	32%	33%	34%
Landsdel Københavns omegn	7%	7%	7%	10%	11%	10%	9%	8%
Landsdel Nordsjælland	6%	5%	6%	5%	5%	5%	5%	6%
Landsdel Bornholm	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%
Landsdel Østsjælland	3%	3%	3%	3%	3%	3%	2%	3%
Landsdel Vest- og Sydsjælland	6%	6%	6%	6%	6%	5%	6%	6%
<i>Region Sjælland i alt</i>	9%	9%	9%	9%	8%	8%	8%	8%
Landsdel Fyn	8%	8%	8%	8%	7%	7%	7%	7%
Landsdel Sydjylland	12%	13%	13%	12%	12%	11%	12%	11%
Landsdel Østjylland	12%	12%	12%	13%	12%	12%	12%	12%
Landsdel Vestjylland	5%	5%	5%	5%	5%	4%	4%	4%
Landsdel Nordjylland	9%	9%	9%	9%	9%	9%	9%	9%
Hele landet	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Investeringer, andel af hele landet								
Landsdel Byen København	20%	19%	22%	50%	33%	40%	33%	34%
Landsdel Københavns omegn	2%	3%	5%	4%	7%	5%	5%	7%
Landsdel Nordsjælland	4%	3%	5%	5%	5%	6%	5%	4%
Landsdel Bornholm	1%	1%	0%	1%	1%	1%	2%	2%
Landsdel Østsjælland	0%	2%	1%	2%	-1%	2%	2%	2%
Landsdel Vest- og Sydsjælland	7%	9%	7%	6%	6%	4%	7%	5%
<i>Region Sjælland</i>	7%	12%	9%	8%	6%	6%	9%	7%
Landsdel Fyn	7%	12%	11%	6%	8%	12%	9%	6%
Landsdel Sydjylland	22%	21%	18%	11%	14%	10%	11%	13%
Landsdel Østjylland	16%	13%	16%	8%	8%	11%	12%	13%
Landsdel Vestjylland	6%	5%	3%	2%	8%	4%	5%	4%
Landsdel Nordjylland	15%	11%	11%	5%	10%	6%	10%	10%
Hele landet	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Kilde: Beregnet efter Statistikbanken.dk

IVÆRSÆTTERI

Den erhvervmæssige dynamik og fornyelse fra iværksætteri varierer betydeligt fra branche til branche. Målt på de seneste fem iværksætterårganges andel af branchens job i 2014 viser en analyse⁶, at hotel- og restauration suverænt er den mest dynamiske branche. På landsplan lå 16 pct. af branchens job i de nye virksomheder. For alle brancher var andelen godt 7 pct. Til sammenligning var andelen kun 2,4 pct. i industrien. I Region Sjælland gælder det også, at hotel og restauration er den branche, hvor dynamikken skabt af iværksætteri er størst. Tabellen til højre viser dynamikken målt på seneste ti års iværksætteri (ikke seneste 5 års iværksætteri som ovenfor) for kommunerne i Region Sjælland. Som det fremgår af tabellen, varierer dynamikken som følge af iværksætteri betydeligt. Blandt de turismemæssige kerne-kommuner er dynamikken højest i Vordingborg, Lolland, Odsherred og Slagelse, og lavest i Roskilde og Guldborgsund. Da turismen er svagt repræsenteret i "vækstlaget"⁷ af virksomheder, som væksthuse og andre specialiserede erhvervsserviceoperatører prioriterer, er der hverken i Region Sjælland eller i resten af landet etableret særlige vækstmiljøer, accelerationsprogrammer, seed-fonde og lignende målrettet turismen. Der har tidligere (i "Oplevelsesbaseret kystturisme") været et sjællandsk vækstprogram, men det ville være relevant med et accelerationstilbud med adgang til risikovillig kapital og kompetencer i form af mentor/bestyrrelse/advisory board i en 2-3 års opstartsfasen.

⁶ eStatistik, august, 2016.

Jobskabelse af 10 års iværksætteri som andel af samlet beskæftigelse i hotel og restauration

	Job skabt af iværksætterårgangene 2005-2014	Resterende job inden for branchen	Andel nye job
Greve Kommune	216	216	50%
Sorø Kommune	102	142	42%
Lejre Kommune	79	109	42%
Vordingborg Kommune	217	379	36%
Lolland Kommune	152	315	33%
Kalundborg Kommune	154	310	33%
Odsherred Kommune	114	247	32%
Faxe Kommune	114	242	32%
Slagelse Kommune	401	919	30%
Holbæk Kommune	243	574	30%
Ringsted Kommune	176	427	29%
Køge Kommune	280	692	29%
Stevns Kommune	72	192	27%
Guldborgsund Kommune	198	634	24%
Næstved Kommune	242	748	24%
Roskilde Kommune	346	1239	22%
Solrød Kommune	28	145	16%

Kilde: Væksthus Sjælland, 2017: Vækstvilkår 2017 (efter eStatistik)

⁷ Region Sjælland: "Vækstlaget i Region Sjælland." Udarbejdet af Iris Group. I 2012-14 var dog en begrænset stigning i antallet af vækstvirksomheder inden for hotel/restauration. Stigningen var imidlertid fra et lavt niveau.

UDDANNELSE OG ARBEJDSKRAFT

Der er, som vist i tabellen til højre, nogle vigtige mønstre i kompetenceforsyningen til turismen (her hotel- og restaurationsbranchen) i Region Sjælland:

- Region Sjælland har (som i øvrigt også Region Syddanmark) en høj andel af beskæftigede i hotel og restauration med grundskole som højeste uddannelse. Andelen har dog været stærkt faldende både i Region Sjælland og på landsplan.
- Studerende udgør til gengæld en voksende andel af de beskæftigede, men her ligger Region Sjælland lavere end Region Hovedstaden (i Region Sjælland ligger Roskilde, Slagelse og Næstved her over gennemsnittet, mens Odsherred ligger markant under gennemsnittet – der er jo også forskel på hvor mange studerende der er på landet og i byerne).
- Andelen af erhvervsfagligt uddannede ligger højt i Region Sjælland og faktisk højest af alle regioner i landet.
- Kategorien ”uoplyst” dækker mange af de udlændinge, der arbejder i Danmark. Her er udviklingen i Region Hovedstaden meget markant, men Region Sjælland er den region uden for Hovedstaden, hvor andelen af uoplyste er højest.

Turismen i København vokser i disse år meget markant og der er ingen tvivl om, at det påvirker turismens arbejdsmarked i Region Sjælland. Det er svært for små, lokalt orienterede virksomheder i Region Sjælland at konkurrere om medarbejdere med store og ofte nye, internationalt orienterede virksomheder i hovedstaden.

Uddannelsesandele, hotel og restaurationsbranchen

		2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Hele landet	Andel grundskole	47%	44%	42%	40%	39%	37%	36%	35%
	Andel gymnasium	16%	17%	18%	20%	20%	21%	21%	21%
	Andel erhvervsfaglige	24%	24%	24%	23%	23%	23%	22%	21%
	Andel uoplyst	5%	6%	7%	8%	9%	10%	11%	12%
Region Hovedstaden	Andel grundskole	38%	35%	33%	31%	30%	29%	29%	28%
	Andel gymnasium	20%	21%	22%	23%	24%	24%	24%	24%
	Andel erhvervsfaglige	24%	23%	22%	21%	21%	20%	19%	18%
	Andel uoplyst	8%	10%	11%	12%	13%	15%	16%	18%
Region Sjælland	Andel grundskole	52%	50%	48%	46%	45%	44%	42%	41%
	Andel gymnasium	10%	10%	11%	13%	14%	14%	15%	16%
	Andel erhvervsfaglige	27%	29%	28%	28%	27%	27%	27%	26%
	Andel uoplyst	4%	5%	5%	6%	7%	8%	9%	10%

Kilde: Beregnet efter Statistikbanken.dk

STYRKEPOSITIONER OG POTENTIALER

NÆRHED TIL KØBENHAVN

Målt på væksten i antal kommercielle overnatninger har Sjælland og Nordjylland tabt terræn. I 2008-2016 *faldt* antallet af kommercielle overnatninger her med 3 pct., mens hovedstaden voksede med 44 pct., Syddanmark med 15 pct. og Midtjylland med 13 pct. Billedet var det samme på tværs af markederne undtagen Sverige og Norge, hvor Syddanmark voksede *mere* end Hovedstaden, men hvor Sjælland også gik voldsomt tilbage. Det eneste område, hvor der tilsyneladende er et positivt *spillover* fra Hovedstaden (målt ved høj vækst i både Hovedstaden og Sjælland) er Kina, hvor Sjælland er vokset hurtigst af alle regioner, men fra et meget lavt niveau. Data tyder således ikke på, at Region Sjælland i turismemarkederne realiserer synergi ved nærheden til København.

Sjælland er suverænt den mest hjemmemarkedsbaserede turismeregion i Danmark med 67 pct. af de kommercielle overnatninger fra danske gæster. Nordjylland har også overvægt af danske overnatninger, men her har andelen i modsætning til i Region Sjælland været faldende og nærmer sig nu 50 pct.

Generelt er Sjælland *ikke* blandt danskernes foretrukne feriesteder (det er Nordjylland, Vestjylland og Østjylland). Vest- og Sydsjælland er imidlertid ligesom Nordsjælland og i endnu højere grad Bornholm, mere eftertragtet blandt folk bosat øst for Storbælt end vest for Storebælt.*

Ovenstående er resultaterne af en analyse af *forventede* feriemønstre. Det faktiske feriemønster for danskere bosat i og omkring København er kortlagt i VisitDenmarks Turistundersøgelse 2014.

Her er billedet, at Sjælland vælges af 11-14 pct., hvilket er på linje med Nordsjælland og langt højere end Bornholm.

Københavnerens feriemønstre

Destination:	Afrejseområde:		
	København by	København omegn	Nordsjælland
København by	-	12%	6%
Københavns omegn	9%	-	7%
Nordsjælland	11%	14%	-
Bornholm	3%	4%	1%
Østsjælland	2%	1%	3%
Vest- og Sydsjælland	9%	13%	11%
Fyn	2%	4%	5%
Sydjylland	1%	2%	6%
Østjylland	3%	4%	1%
Vestjylland	2%		2%
Nordjylland	1%	2%	5%
Uoplyst	6%	1%	5%
Udland	51%	44%	49%
I alt	100%	100%	100%

Kilde: VDK: Turistundersøgelse 2014, særkørsel fra CRT

* VDK og DKNT, 2017: "Dansk image- og potentialeanalyse 2017"

Data viser således, at Sjælland som feriested er stærkest positioneret på hjemmemarkedet og her står stærkest blandt folk bosat øst for Storebælt heriblandt folk bosat i hovedstaden. Her kan man tale om at Sjælland en position som "hovedstadens bagland". Her er et styrkeområde, hvor Sjælland måske kan skabe ny vækst.

Det er imidlertid tydeligt, at nærheden til hovedstaden både er en mulighed og en trussel for Sjælland:

- Muligheden ligger i adgangen til gæster (bosat i hovedstaden) og ressourcer (fx investorer som Claus Meyer, der på mange områder "giver tilbage" til Lolland-Falster, hvor han er opvokset). Samt værdien af København i sin nærhed for de sjællandske destinationer i deres afsætnings- og udviklingsstrategier.
- Truslen ligger i den meget stærke konkurrence om gæster og ressourcer, som hovedstaden skaber. Mange gæster oplever bedre *value for money* i hovedstaden og vil hellere lægge deres forbrug der. Tilsvarende afvejer ledere, medarbejdere og investorer, om de skal engagere sig i turismen i hovedstaden frem for turismen i Region Sjælland.

KERNEOplevelser/KERNEFORTÆLLINGER

Foruden interessen for at holde kyst- og naturturisme ferie i forskellige dele af landet er der målt på danskernes parametre for valg af kyst- og naturdestination:⁹

For kyst- og naturturister uden børn er der seks primære parametre: Afslapning, lokalt liv/kultur, natur, historie/kultur, strand/kyst/hav/bade samt lokale smagsoplevelser/restauranter.

For kyst- og naturturister med børn indgår også familie/børnevenligt, nemt at rejse til samt trygt rejsemål – lokalt liv/kultur, historie/kultur er mindre vigtige og smagsoplevelser/restauranter ikke prioriteret.

Data viser således, at gæster prioriterer afslapning, natur samt strand/kyst/hav/bade som "grund-kurv" af oplevelser kombineret med hhv. kultur/fødevarer (gæster uden børn) og med sjove/børnevenlige oplevelser (gæster med børn).

⁹ VDK og DKNT, 2017: "Dansk image- og potentialeanalyse 2017"

Data dokumenterer, at Sjælland ligger middel-lavt på gæsternes oplevelse af naturen, attraktioner og spisesteder.¹⁰

- Der er seks attraktioner i regionen blandt landets TOP 50 (men ingen i TOP 10).
- Der er 13 kvalitetsrestauranter registreret i *White Guide/Danmarks Bedste Restauranter* i Region Sjælland (men til sammenligning 10 alene på Bornholm).
- Der er 89 bedrifter med landboturisme (16 pct. af hele landet), 399 gårdbutikker (22 pct. af hele landet) og 89 bedrifter med forarbejdning af landbrugsprodukter (15 pct. af hele landet), (men væksten er højere i andre dele af landet).

Lidt forenklet gælder det, at oplevelsesprofilen i Region Sjælland i høj grad er båret af *enkeltstående* naturområder, kulturinstitutioner, attraktioner, shoppingtilbud, restauranter og overnatningssteder. Der er eksempler på såkaldt arealudvikling, hvor man kobler oplevelser sammen under bestemte oplevelsestemaer (fra Camønoen til Geopark Odsherred og Lejre som økologisk kommune), men her kan gøres mere, især hvis kommunerne løfter med og tænker arealudvikling ind i deres udviklingsplaner (der er der heldigvis også mange spirende eksempler på jf. appendiks).

¹⁰ *Turistundersøgelsen 2014 og Tilfredshedsundersøgelsen 2017*

Der er en række gode eksempler på såkaldt *co-branding*, hvor stærke og anerkendte aktører bygger bro til aktører i Region Sjælland (fx Sommerland Sjælland der anerkendes som Byens Bedste af AOK, Christian Puglisi der etablerer går i Lejre, Claus Meyer der engagerer sig i Hotel Saxkjøbing mv.).

Sommerhusejere spiller en vigtig rolle ved kommerciel udlejning. Ejerens omhyggelighed i forhold til hurtigt og dygtigt at tackle "fejl og mangler" og evne til at indrette og vedligeholde sommerhuset spiller en stor rolle for den kommercielle værdi af udlejningen. Her kan der sættes ind med information, uddannelse og service opbakning. Der er også eksempler på sommerhusområder, hvor ejerne går sammen om at forbedre kvaliteten af bygninger, haver, fælles grønne områder m.v. og således bidrager til udvikling af "signatursteder."

Så ud over at skabe øget "kritisk masse" i udbuddet af oplevelser samt at styrke tematiseringen af oplevelserne, er det vigtigt at bygge bro mellem land og by, så Sjælland får en stærke "baglands-karakter" koblet til metropolen København. Grundlæggende tegner der sig måske to grundfortællinger om baglandet kædet til København. En fortælling der dækker hele regionen, men primært er forankret i regionens nordlige del, om "strandvej" og "riviera" og en andel fortælling med særlig styrke i regionens sydlige del, om "øer" og "sommerland for hele familien".

SMÅ STEDER

Turismen i Region Sjælland er på mange niveauer strukturelt udfordret:

- Selvom der er nogle stærke geografiske turismeområder (Slagelse, Odsherred, Roskilde og Lolland/Falster/Vordingborg), så er der ikke rigtig nogen "regionhovedstad" som Odense, Aarhus etc. (til gengæld har man så fordelene ved nærheden til København).
- Målt på gennemsnitlig hotelstørrelse står udviklingen stille og Sjælland har skala-ulempen. Strukturelt danner Sjælland her bagtrop sammen med Vestjylland.
- Målt på gennemsnitlig campingpladsstørrelse er billedet det samme; her er Sjælland bagtrop sammen med Hovedstaden.
- Udlejningsgraden for feriehuse varierer betydeligt med Guldborgsund og Vordingborg i en førerposition, men også med en meget lav udlejningsgrad i Næstved, Slagelse, Kalundborg og Odsherred,

Det er vigtigt at tage de særlige strukturelle forhold, der kendetegner turismen i Region Sjælland, som et af de centrale udgangspunkter for den fremtidige strategiske retning for turismen. Det er også vigtigt at understrege, at strukturudfordringen i Region Sjælland *ikke* er et særligt turisme-problem, men billede, der gælder hele serviceerhvervet. Det er senest dokumenteret udførligt i en analyse fra Væksthus Sjælland.¹¹

¹¹ Væksthus Sjælland, 2017: "Produktivitetsanalyse 2017."

I analysen afdækkes følgende årsager til den svage vækst i timeproduktiviteten i den private servicebranche i Region Sjælland:

- *"Servicevirksomhederne i Region Sjælland har en lav kapitalintensitet – dvs. at de anvender mindre kapital i form af maskiner, inventar og IT pr. årsværk end tilsvarende virksomheder i resten af landet. Specielt ses en lav kapitalintensitet inden for hoteller og restauranter, viden-service, transport samt bygge og anlæg."*
- *"Kvaliteten af den arbejdskraft, der anvendes i servicevirksomhederne, i form af uddannelse og erhvervs erfaring er lavere end i sammenlignelige virksomheder i resten af landet – det gælder inden for de fleste detaljerede servicebrancher, fx handel og videntunge brancher som information, kommunikation og vidensservice)."*

For at kompensere for de særlige strukturelle vilkår kan der i det fremadrettede arbejde med turismen i Region Sjælland blandt andet gives prioritet til:

- Arbejde med de stærkeste fyrtårne/centre i sig selv og som regionale lokomotiver (med København som det stærkeste fyrtårn og oplevelsesattraktion for kyst- og naturturister).
- Koble kerneoplevelser/kernefortællinger med høj kvalitet og attraktivitet på tværs af regionen (hele Greater Copenhagen).
- Skabe et regionalt vækstmiljø hvor kapital og kompetence (primært fra København) kanaliseres ud i vækstlaget. Her kan der for eksempel kanaliseres risikovillig kapital og forretningskompetence i form af mentor/ bestyrelse/ advisory board knyttet til perspektivrige start ups i en periode på 2-3 år. Omlægning af landbrug til besøgsformål kunne måske også omfattes og på sigt få større betydning.¹²

Uanset ovenstående vil det næppe være muligt for Sjælland at lukke det "strukturelle efterslæb" i forhold til resten af landet i almindelighed og hovedstaden i særdeleshed.

Svagheden kan måske vendes til en styrke ved at udnytte og udvikle den attraktivitet og tiltrækningskraft, der ligger i de små steder og i det lokale. Men det må ikke blive for småt!

¹² *Realdania 2017: "Kom i gang med at genanvende din gård."*

PÅ TVÆRS AF VÆRDIKÆDER OG GEOGRAFI

I dette afsnit trækkes nogle perspektiver op i forhold til det samlede turismesystem i og omkring Region Sjælland. Der peges særligt på synergi/potentialer ved et styrket samspil om deling af kernefortællinger/styrkede oplevelsesruter, erhvervsturisme kombineret med kyst- og naturturisme samt storbyturisme kombineret med kyst- og naturturisme.

DELE KERNEFORTÆLLINGER OG STYRKE OPLEVELSESRUTER

Inden for Region Sjælland og i samspil med hovedstaden, Nordsjælland, Bornholm og Skåne er der et potentiale i at dele/styrke kernefortællinger og oplevelsesruter inden for kultur/fødevarer, afslapning/kyst/natur og sjove/børnevenlige oplevelser.

Vidensgrundlaget dokumenterer, at de tre kerneoplevelser/kernefortællinger kultur/fødevarer, afslapning/kyst/natur og sjove/børnevenlige oplevelser findes i alle dele af Region Sjælland, men også har en vis geografisk koncentration og betydelig variation i attraktivitet/kvalitet:

- Potentialet findes i hele Region Sjælland, men med særlig vægt i kernekommunerne i syd (Lolland, Guldborgsund, Vordingborg), vest (Slagelse), nord (Odsherred) og øst (Roskilde).
- Afslapning/kyst/natur findes i alle fire kerneområder.
- Kultur/fødevarer er særlig stærkt repræsenteret i syd, nord og øst.
- Sjove/børnevenlige oplevelser er særlig stærkt repræsenteret i syd.

Der er således *ikke* basis for en "firkantet" geografisk afgrænsning af kerneoplevelser/kernefortællinger, hvor nogle områder er "med" og andre ikke er.

Til gengæld er der i *høj grad* behov for en hård udvælgelse/kuratering af attraktioner og oplevelser ud fra et gæsteperspektiv (og på basis af gæsternes anbefalinger!).

Det kræver højere standarder og ambitioner for oplevelser og kvalitet, hvis det skal lykkes at tiltrække mere turisme til Region Sjælland.

Region Sjælland er del af et større bagland til København med en særlig blanding af landlige og urbane oplevelser ("Copenhagen Sea- and Countryside"). Det giver større kvalitet og øget valgmulighed for gæsterne at præsentere kernefortællinger/kerneoplevelser i en helhed og den fremtidige platform bør ideelt set omfatte hele cirklen omkring København-Malmö med Region Sjælland, Fyn, Nordsjælland, Skåne og Bornholm.

ERHVERVSTURISME KOMBINERET MED KYST- OG NATURTURISME

Region Sjælland har en styrke inden for erhvervsturisme (og er partner i MeetDenmark).

Videngrundlaget dokumenterer, at nogle kommuner i Region Sjælland har en position inden for erhvervsturisme. Det gælder især Slagelse, Sorø og Ringsted, men også Næstved, Køge og Roskilde, mens andre kommuner har en meget lav andel fra erhvervsturister (Guldborgsund, Næstved, Odsherred, Vordingborg og Lolland).

Målt på hotel-overnatnings-segmentet forretning-gruppe er Region Sjællands andel af landets erhvervsturisme imidlertid faldet jævnt fra 10 pct. i 2008 til 8 pct. i 2016.

Samme data viser også, at tyngden i regionens erhvervsturisme ligger i Vestsjælland (6 pct. af hele landet i 2016) og Østsjælland (2 pct. af hele landet i 2016).

Arbejdet med at udvikle og fremme erhvervsturismen i Region Sjælland kan styrkes med særligt fokus på kernekommunerne i vest (Slagelse og Sorø) og øst (Roskilde, Ringsted og Køge). Her kan der måske være et potentiale i – endnu stærkere end hidtil – at integrere områdets kerneoplevelser/kernefortællinger i erhvervsturismeproduktet (dét gør virksomheder som Kragerup Gods, Dragsholm Slot, Comwell Hotel Køge Strand og Ledreborg Slot).

KYST- OG NATURTURISME KOMBINERET MED STORBYTURISME

Der er betydeligt fokus på mulighederne for i højere grad end hidtil at kombinere kyst- og naturturisme i Region Sjælland (og i Nordsjælland) med storbyturisme i Hovedstaden. Hovedstaden har en strategisk interesse i at sprede turismen og modvirke negative effekter af spidsbelastning. Sjælland har en strategisk interesse i at koble sig til hovedstadens internationale attraktivitet (og fx sælge sommerhusferie med Tivoli- eller Louisiana-tur).

Der mangler generelt data, som kan dokumentere disse potentialer. Dog viser en analyse af brugerne af Copenhagen Card¹³

- at 25 pct. af brugerne faktisk brugte kortet til også at besøge Sverige,
- at mange brugere (38 pct.) ville være "meget interesserede" i at købe et transport- og oplevelseskort med større geografisk dækning (et "Greater Copenhagen Card"),
- at hovedbegrundelsen for ikke at ønske større geografisk dækning var manglende tid på rejsen (73 pct. angav "for kort besøg").

Ud over høj attraktivitet og synlighed er let tilgængelighed (kort rejsetid) således en klar adfærdsparameter. Det er også en medvirkende årsag til at fx Vikingskibsmuseet i Roskilde har en høj andel af internationale brugere (72 pct.).¹⁴

¹³ *Wonderful Copenhagen: "Copenhagen Card Analysis 2015"*

¹⁴ *Kulturstyrelsen, VisitDenmark og Wonderful Copenhagen: "At arbejde med et internationalt publikum." Vikingskibsmuseet er det eneste kulturhistoriske museum i Region*

Sjælland på Top 10 listen over danske kulturhistoriske museer med højest andel af udenlandske brugere.

Selvom ovenstående data langt fra er udtømmende illustrerer de overordnet "spillerummet" i forhold til at tiltrække flere københavnere og måske storbyturister til Region Sjælland: To parametre synes at være afgørende – høj attraktivitet kombineret med let tilgængelighed. Hertil kommer så, at baglandet kan kommunikeres mere storbynært som "Copenhagen Countryside", "Copenhagen Beach" m.v. og dermed har København potentiale som produkt og derved en værdifaktor for Region Sjællands destinationer.

I land/by-dimensionen er der også forhåbninger om, at nye præferencer i efterspørgslen kan trække imod de mindre oplevelsesmiljøer, de lokale, landlige oplevelser m.v.:

"Turister efterspørger de nære og autentiske oplevelser: I takt med den stigende internationale rejseaktivitet, hvor turisterne bliver mere og mere rejsevante, er der en tendens til, at flere turister vælger rejseformer, hvor de kan bo i lokale miljøer, og opleve lokalbefolkning og hverdagskultur i øjenhøjde. Denne udvikling er en medvirkende årsag til den succes, som blandt andet Airbnb har oplevet, hvor turisterne kan indkvarteres i private hjem og ofte i byområder, der ligger et pænt stykke fra de traditionelle hotspots for turister. Udvikling af oplevelsesøkonomiske tilbud, der imødekommer turisternes ønsker, udgør ligeledes et vækstpotentiale."¹⁵

¹⁵ Regeringen: Danmark i vækst, "Den nationale strategi for dansk turisme".

APPENDIKS 1 – KOMMUNERNE ARBEJDER MED

På en lang række områder har kommunerne i Region Sjælland igangsat by- og arealudviklingsinitiativer med turismemæssigt perspektiv. Nedenstående liste er ufuldstændig:

- Faxe Kommune: Bæredygtig udvikling og grøn omstilling
- Greve Kommune: Greve Midtby
- Guldborgsund Kommune: Naturlandet Lolland-Falster
- Holbæk Kommune: Holbæk Sportsby
- Kalundborg Kommune: Havn/krydstogt, Symbiosen
- Køge Kommune: Køge Kyst
- Lejre Kommune: Økologisk Kommune
- Lolland Kommune: Naturlandet Lolland-Falster
- Næstved Kommune: Holmegaard Glasværk
- Odsherred Kommune: Geopark Odsherred
- Ringsted Kommune: Outlet
- Roskilde Kommune: Nationalpark Skjoldungernes Land, Roskilde Festival
- Slagelse Kommune: Vandsport center Korsør Havn, Vikinger Trelleborg
- Solrød Kommune: Klimatilpasning, Kilen
- Sorø Kommune: Kulturfirkanten
- Stevns Kommune: Stevns Klint verdensarv Kalklandet
- Vordingborg Kommune: Camønoen, Danmarks Borgcenter, Sukkerfabrikken Stege