



UDVIKLINGSPLAN FOR FYN OG ØERNE 2030

SAMMEN ER VI STÆRKERE



Udviklingsplan for Fyn og Øerne 2030 -
Sammen er vi stærkere

Udviklingsplanen er udarbejdet af BARK Rådgivning i samarbejde med NORRØN og Lars Bernhard Jørgensen. Grafiske illustrationer kan benyttes med kreditering af BARK Rådgivning. Hvis ikke andet er angivet, er fotos taget af BARK Rådgivning eller udlånt af Visit Danmark.

December 2023



NORRØN

LARS
BERNHARD
JØRGENSEN

INDHOLD

Forord	4
Introduktion	6
Strategisk afsæt	14
Vision og pejlemærker	30
Indsatser og tiltag	39

FORORD

Udviklingsplanen Fyn og Øerne sætter en ambitiøs og bæredygtig retning for videreudviklingen af turismen. Den understøtter den grønne omstilling, vækst og lokal stolthed. Planen skal bidrage til at skabe en mere bæredygtig turisme på Fyn og Øerne, hvor der med udgangspunkt i viden og data tages hensyn til miljøet og klimaet. Der skal arbejdes på at reducere CO2-udledningen i turisme-erhvervet og på at fremme de bæredygtige løsninger og samarbejder. Derudover skal der arbejdes på at fremme en mere bæredygtig brug af ressourcer og på at øge samarbejdet lokalt og på tværs af kommuner.

Fyn og Øerne har de seneste fem år oplevet en positiv vækst i omsætning og overnatninger i turistbranchen. Der er dog fortsat et uudnyttet potentiale i forhold til nærmarkeder og muligheden for at skabe merværdi. Dette potentiale skal sættes i spil som en positiv udviklingsmotor. Det skal skabe liv, aktiviteter og økonomi på hele destinationen – hele året rundt.

Destination Fyn, Dansk Kyst- og Naturturisme, Realdania og de 10 fynske kommuner har i et tæt samarbejde udviklet denne fælles Udviklingsplan for Fyn og Øerne, der kigger frem mod 2030. Den skal sikre en bæredygtig langsigtet strategisk og fysisk udvikling af turismen, styrke den positive vækst og tiltrække flere offentlige og private investeringer.

Med den fælles Udviklingsplan for Fyn og Øerne står vi med et strategisk redskab til at prioritere de fremtidige indsatser og planlægningen af dem. Den er skrevet med afsæt i det fynske DNA og peger på udviklingsmulighederne med det største potentiale og bæreevne som samtidig bevarer områdernes unikke særkende. Den fortæller os, hvilke initiativer der bedst bidrager til at løfte kvaliteten af det samlede turisttilbud på Fyn og Øerne – på tværs af kommunegrænser.

Udviklingsplanen bygger videre på det store arbejde, der allerede er igangsat. På de stærke samarbejder og initiativer, der er etableret med ambitionen om, at turismen skal have en mere fremtrædende rolle i udviklingen af – og sammenhængen mellem – by og land. Udviklingsplanen skal forstærke vores styrkepositioner yderligere. Dette kan kun lade sig gøre ved, at vi står sammen og sætter en fælles retning.

Vi tror nemlig på, at turismen kan være med til at skabe en positiv udvikling for Fyn og Øerne, og vi har sat os for at gøre dette til virkelighed – sammen.

Vi drømmer om en fremtid, hvor turismen på Fyn og Øerne er bæredygtig og grøn, og hvor den bidrager til at skabe kvalitet, arbejdspladser lokalt og stolthed. Fyn og Øerne skal være et attraktivt sted at leve, bo og besøge.



KAPITEL 1 INTRODUKTION

Fyn og Øerne har et uudnyttet potentiale inden for turisme. Turisme bør i højere grad fungere som en positiv udviklingsmotor for det gode liv, som understøtter bosætning, aktivitet og økonomi på hele Fyn og Øerne. Det skal ske med bæredygtige tiltag, der tager hensyn til klima, kulturmiljøer, landskab og natur og skaber lokalt forankret udvikling – en udvikling, der skaber et attraktivt sted at leve, bo, arbejde og besøge hele året for både gæster og lokale. Udviklingsplanen for Fyn og Øerne er de 10 fynske kommuner og Destination Fyns fælles plan for en langsigtet udvikling af turismen frem mod 2030.

Turismen har de seneste mange år været et erhvervsområde i rivende vækst - både internationalt og nationalt. I Danmark oplevede man i 2022 det højeste antal kommercielle overnatninger nogensinde, på trods af to foregående år med coronapandemi og nedlukninger. Prognoserne for fremtiden spår om fortsat vækst og om en turisme, som kommer til at fylde mere og mere i det danske land – både som væksterhverv i de enkelte kommuner og destinationer, men også rent fysisk i vores natur, landdistrikter og byer. Udviklingsplanen er udtryk for en ambitiøs målsætning om at løfte hele Fyn og Øerne og konkrete indsatsområder og tiltag, der viser, hvordan det kan gøres i balance med lokalsamfund, kulturmiljøer og natur. Den bygger videre på det stærke samarbejde, der er etableret på Fyn og Øerne, og tager i høj grad udgangspunkt i eksisterende initiativer.

Fyn og Øerne har potentiale til mere

Den voksende turisme har også været at mærke på Fyn og Øerne. Her vidner udviklingen de seneste fem år om positiv vækst i både omsætning fra turisme og i antallet af kommercielle overnatninger. I 2022 havde Destination Fyn et turismemæssigt rekordår med lidt over 4,1 mio. kommercielle overnatninger. Men på trods af en positiv udvikling i overnatningstal, så ligger vækstraten for Destination Fyn stadig en del under den generelle vækst på landsplan. Det vidner om et uindfriet potentiale og et behov for at arbejde strategisk med at udvikle turismen, så det nuværende momentum fastholdes, og de mange udviklingspotentialer på Fyn og Øerne realiseres.

Flere fra Nordtyskland og Hovedstadsområdet

Målet er, at der i 2030 er en million flere, der skal opleve Fyn og Øerne – særligt fra Nordtyskland og resten af Danmark med fokus på hovedstadsområdet. Det er markeder tæt på med et stort potentiale for ekstra værdiskabelse.

Videreudvikling af camping og havneområder

For at få plads til gæsterne skal det eksisterende udnyttes bedre – sæsonen udvides - og der skal bygges nye bæredygtige overnatningsmuligheder. Der er hotelkapacitet på vej i Odense, men der skal også tilføjes ny kapacitet på fx havneområder i købstæderne. Det skal gøres så bæredygtigt som muligt og give værdi til lokalsamfundet hele året. Fyn og Øerne har en stor andel af camping. Derfor vil et væsentligt bidrag ske gennem transformation af Fyns mange campingpladser særligt med fokus på mere værdiskabende og helårsorienterede tilbud - både mht. overnatning og oplevelser, fx med hotellignende overnatning.

Outdoor og kultur som indsatsområder

Udviklingsplanen peger særligt på behovet for at videreudvikle købstæderne, Odenses potentiale som storby samt outdoor og kultur som indsatsområder, der med en fælles indsats kan løfte Fyn og Øerne - både for gæster og lokale. En klar og fælles prioritering af udviklingen skaber et stærkt grundlag for at få iværksat de rette indsatser og for at tiltrække de investeringer, der skal til for at få en bæredygtig udvikling til at ske. Det skal udviklingsplanen medvirke til.

Udviklingsplanen og FYN2030 går hånd i hånd

Turismeudviklingen på Fyn og Øerne skal være en større del af planlægningen af Fyn og Øerne generelt. Det betyder naturligvis, at turismeudviklingen forholder sig til klima, areal- og resurseknaphed, naturbeskyttelse og den sociale dimension. Der er allerede en lang række initiativer i gang, både lokalt og i destinations-regi, bl.a. med bæredygtighedsstrategien FYN2030. Baseret på de indsatser, der er i gang i kommunerne og på destinationen, står disse to punkter som et centralt fundament:

1. Helhedsorienteret udvikling af turismen
2. En bæredygtig tilgang

Turisme bidrager til helhedsorienteret udvikling

Turisme bidrager til udvikling af levende byer og et rigere kulturliv. Derudover udgør turisme en væsentlig del af økonomien i en kommune. Derfor bør det være et fast, centralt element i kommunal planlægning at vurdere turismens potentiale. Hvor og hvordan der planlægges har store effekter for turismens værdiskabelse - og samtidig for den lokale værdiskabelse.

Strategisk arbejde med turisme er ikke blot et anliggende for den enkelte kommune, men også for nabokommunerne. Derfor bør den enkelte kommunes planlægning passe ind i den samlede strategi for turismens udvikling på Fyn og Øerne. Princippet om samtænkning, prioritering og koordinering kan fremme mulighederne for økonomisk medvirken fra fonde og staten, der kan se det enkelte projekts

bidrag til det samlede løft af Fyn og Øerne. Det kan også være afgørende for fremover at kunne tiltrække professionelle kommercielle operatører og investorer. Den tilgang praktiseres allerede, og turisme indgår i kommunale udviklingsstrategier og handleplaner. Målet med udviklingsplanen er, at den helhedsorienterede og tværkommunale tilgang får endnu mere vægt i fremtiden, og at turisme integreres endnu mere i planlægningen. For at kunne løfte de indsatser, der ikke kan løses lokalt, fx øget internationalisering, bør Destination Fyn som det samlende destinationsselskab få en stærkere rolle.

En bæredygtig tilgang der bidrager lokalt

Turismen på Fyn og Øerne indgår allerede i tværkommunale strategiske indsatser med et bæredygtighedsfokus, fx FYN2030. En bæredygtig tilgang inden for turismeudvikling på Fyn og Øerne handler bl.a. om certificeringer og om at nyt byggeri skal opføres så klimavenligt som muligt. Der kommer større krav fra brugere og myndigheder ift. dokumentation, og det skal der bl.a. arbejdes med ved at monitorere brugen af naturområder, så en holdbar, langsigtet brug sikres. Klima- og biodiversitetshensyn stiller større krav til anvendelse af turismemæssigt attraktive arealer til eksempelvis investeringer i overnatningskapacitet, fysiske strukturer og oplevelser. Optimering af de eksisterende turismearealer – fx campingpladser - bør derfor have særlig høj prioritet. Det samme gælder udvikling på havneområder, bedre udnyttelse af den eksisterende kapacitet på hoteller i byerne og ny udnyttelse af funktionstømte bygninger på landet. Der skal større fokus på at

vækste helårsforretningen og dermed skabe flere helårsjobs inden for turismen - og samtidig byer, der er levende hele året.

Helårsturisme gør det mere attraktivt for investorer, men også ift. lokal udvikling. Turismen kan bidrage lokalt til at gøre både større og mindre samfund mere attraktive hele året, give livskvalitet, skabe jobs osv. Jo mere turisme indtænkes i resten af udviklingen, hvad enten det er kultur, fritid, plan eller klima, jo mere kan turismestrategier gå hånd i hånd med bosætnings-, kultur og fritids- og bystrategier. Der arbejdes allerede tværgående i de fynske kommuner. Ambitionen er at løfte det arbejde endnu mere og sammentænke det på tværs af kommunegrænser for hele Fyn og Øerne.

En helhedsorienteret, bæredygtig tilgang er afsættet for udviklingsplanen og udfoldes i en række udviklingsprincipper i kapitel 2, det strategiske afsæt.



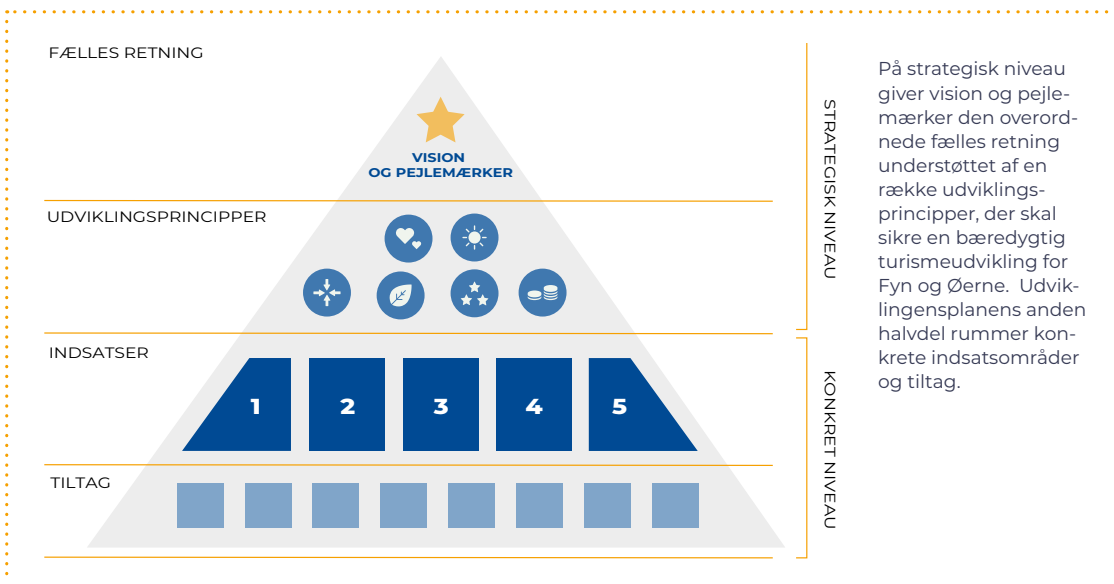
LÆSEVEJLEDNING

Et strategisk værktøj til planlægning af turismen

Formålet med udviklingsplanen er at samle de 10 fynske kommuner og Destination Fyn omkring en fælles indsats for udviklingen af turismen på Fyn og Øerne frem mod 2030. Planen fungerer som et strategisk og retningsgivende værktøj på tværs af kommunegrænser - omkring en fælles vision, pejlemærker og en række konkrete indsatser og tiltag.

Udviklingsplanen har fokus på den fysiske og erhvervsmæssige planlægning af turismen, og den henvender sig til både offentlige og private aktører. Det er afgørende, at planen fremadrettet føder ind i det kommunale planstrategiske arbejde; at den integreres i kommunale politikker, indsatser og i lokalplanarbejdet. Samtidig skal planen fungere som rettesnor og inspiration for private turismeaktører ift. udvikling af nye produkter og services.

Kommunerne og Destination Fyn spiller en afgørende rolle som bannerførere og tovholdere på, at udviklingsplanen realiseres og bliver et fælles grundlag, som skaber sikkerhed omkring både offentlige og private investeringer i turismen. Udviklingsplanen for Fyn og Øerne bygger videre på eksisterende planer og initiativer i de 10 fynske kommuner og i regi af Destination Fyn. Planen står på skuldrene af erfaringer fra tidligere tværkommunale udviklingsplaner.



EN DEL AF EN STØRRE NATIONAL INDSATS

Tværkommunale udviklingsplaner er et vigtigt greb i en strategisk, langsigtet og bæredygtig destinationsudvikling. Udviklingsplanen for Fyn og Øerne er den femte i rækken af tværkommunale udviklingsplaner, som dækker over et større område i Danmark; hhv. Vestkysten, Sjælland og Øerne, Hovedstadsområdet og senest Bornholm. Erfaringerne herfra viser, hvordan tværkommunale udviklingsplaner har banet vejen for øget samarbejde, fokuseret og prioriteret turismeudvikling og tiltrækning af investeringer.

Udviklingsplanens indhold og opbygning

Udviklingsplanen bygger på en analyse af Fyn og Øernes udfordringer og potentialer samlet i afsnittet "strategisk afsæt", der også udfolder tilgangen til turismeudviklingen i seks udviklingsprincipper. På den baggrund er formuleret en fælles vision og en række pejlemærker med konkrete mål for udviklingen frem mod 2030. Hvordan målene skal indfries, konkretiseres med en række tiltag under fem indsatsområder:

1. **Sammen er vi stærkere**
2. **Levende købstæder og kultur-storby**
3. **Overnatning, der skaber mere værdi**
4. **Outdoor Fyn og Øerne**
5. **Levende kultur**

Planen udgør en overordnet ramme for udviklingen, som det er op til kommuner, destinationsselskab, grundejere, erhvervsaktører m.fl. at udfylde sammen og hver for sig. Udviklingsplanen kan løbende opdateres og videreudvikles, så den afspejler de aktuelle behov og favner de muligheder, der dukker op.

Udviklingsplanen har en tidshorisont frem mod 2030, men flere af tiltagene vil også skulle fortsætte efter 2030. Det er dog afgørende, hvis ambitionerne skal indfries, at der igangsættes tiltag med det samme og bygges videre på det, der allerede er i gang. Derfor lægger planen både op til tiltag, som skal igangsættes og realiseres nu og her, og peger på behov for tiltag og investeringer på længere sigt. Udviklingsplanen er inddelt i seks kapitler:

- **Kapitel 1 "Introduktion"** introducerer til udviklingsplanens indhold og formål og til den forudgående proces og dialog, som har banet vejen for den endelige plan.
- **Kapitel 2 "Strategisk afsæt"** zoomer ind på den nuværende turismesituation for Fyn og Øerne og identificerer de særlige fynske styrkepositioner, men også udfordringer, som skal adresseres i den fremadrettede udvikling. I kapitlet præsenteres desuden seks strategiske udviklingsprincipper, som skal sikre, at turismen på Fyn og Øerne udvikles bæredygtigt og langsigtet. De seks udviklingsprincipper fungerer som rettesnor for de indsatser og tiltag, der fremsættes i planen.
- **Kapitel 3 "Vision og pejlemærker"** præsenterer udviklingsplanens overordnede vision og ambition. Ambitionen udfoldes i en række konkrete pejlemærker, som læner sig op ad pejlemærkerne fra den nationale strategi for bæredygtig vækst i dansk turisme.
- **Kapitel 4 "Indsatser og tiltag"** præsenterer fem overordnede indsatser, som hver især udpensles i en række tiltag, der er afsættet for de næste skridt.



Foto: Michael Flukowski & Sarah Moritz

PROCESSEN

Udviklingsplan for Fyn og Øerne er vokset ud af en grundig proces og dialog, som er gennemført i perioden januar til oktober 2023. Processen har bestået af to spor: et kortlægnings- og analysespor samt et inddragelses- og forankringsspor.

Kortlægning og analyse

Analysen giver et samlet overblik over turismesituationen på Fyn og Øerne i dag og afdækker udfordringer og potentialer for den fremtidige udvikling. Analysen udgør det strategiske afsæt, som skal sikre, at udviklingsplanen bygger på solidt og sagligt grundlag. Resultaterne fra kortlægningen og analysen opsummeres her i udviklingsplanen i kapitel to, men findes i en mere detaljeret version i en selvstændig rapport, som kan tilgås på www.visitfyn.dk/Udviklingsplan

Kortlægningen og analysen er baseret på:

- Interviews med plan- og turistchefer i de 10 fynske kommuner og interviews med Destination Fyn
- Interviews med centrale erhvervsaktører
- Gennemgang af eksisterende strategier og plandokumenter
- Indleveret data fra de fynske kommuner vedr. udviklingsprojekter og herregårde
- Statistik og registerdata vedr. turisme, overnatninger og demografi fra Danmarks Statistik og VisitDenmarks vidensbank
- Desk research med fokus på markedstendenser, målgrupper og turismetrends

Processen har indeholdt følgende aktiviteter:

- 4 workshops med arbejdsgruppen
- En studietur til Nordtyskland
- 4 styregruppemøder
- Præsentation for Teknisk Direktørforum
- Byrådsseminar for alle kommuner
- Møde i Advisory Board (erhvervsforum)
- Præsentation for Borgmesterforum

Inddragelse og forankring

Udviklingsplanen er blevet til i dialog med en række centrale aktører og interessenter fra kommunerne (bl.a. i form af en tværkommunal arbejdsgruppe), det politiske lag, erhvervet og en styregruppe. Formålet med den inddragende proces har været at indhente og kvalificere viden, at styrke samarbejdet på tværs og ikke mindst at skabe opbakning til planen – politisk såvel som i praksisøjemed. Den inddragende proces har skullet sikre de bedst mulige forudsætninger for den videre forankring.

Kommunerne har været repræsenteret med plan-, turisme- og erhvervschefer, der alle har kvalificeret arbejdet med data, viden og i fire workshops givet input til analyse og udviklingsarbejdet i udviklingsplanen.

Styregruppen har bidraget med viden og perspektiv både tværkommunalt fra Fyn og Øerne, men også nationalt, og byrådet har bidraget med politiske målsætninger og konkrete forslag til, hvad der skal til for at løfte Fyn og Øerne som en samlet destination, og hvordan udviklingsplanen kan forankres i det politiske arbejde.

SAMMENFATNING

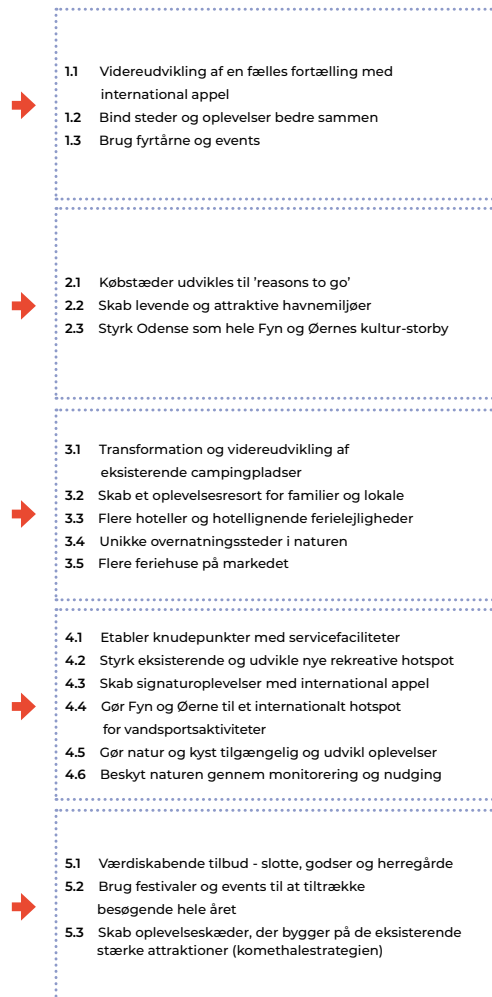
UDVIKLINGS- PRINCIPPER



INDSATSOMRÅDER



TILTAG



SUCCESKRITERIER



PEJLEMÆRKER



KAPITEL 2

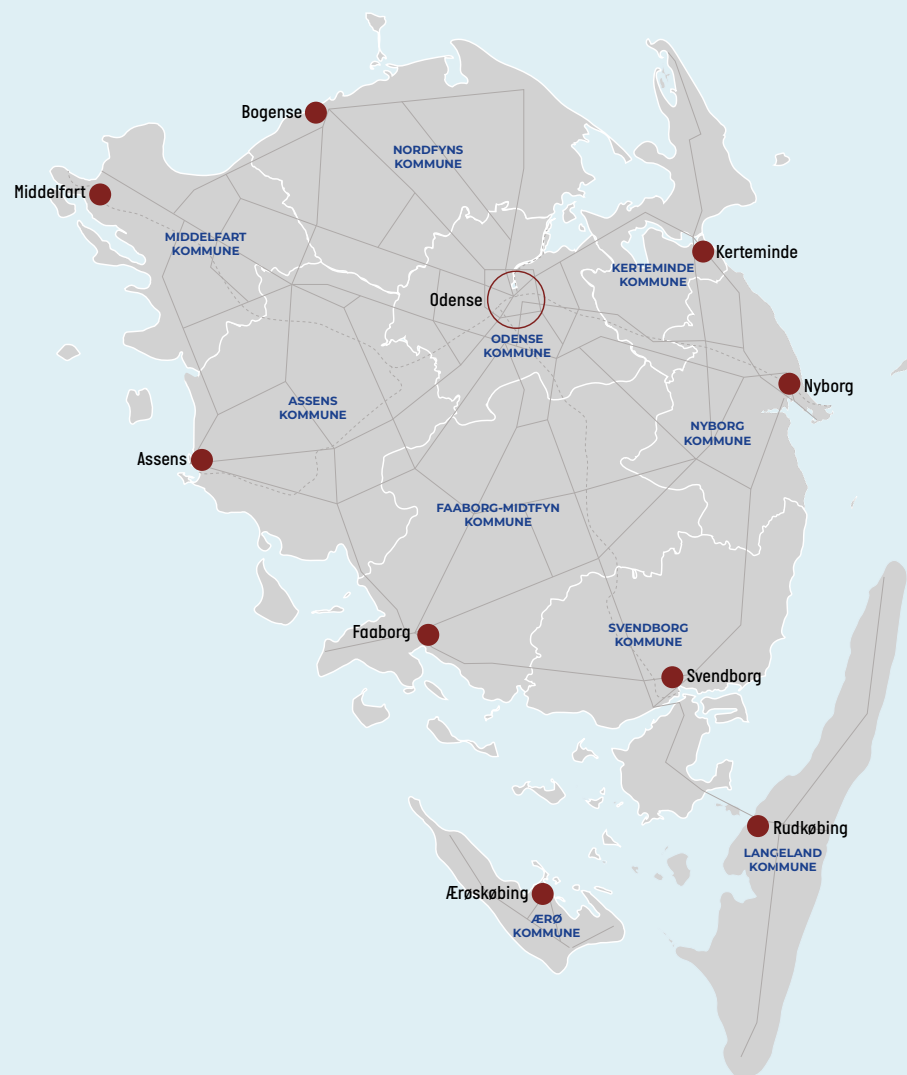
STRATEGISK AFSÆT

Foto: Michael Flukowski & Sarah Moritz



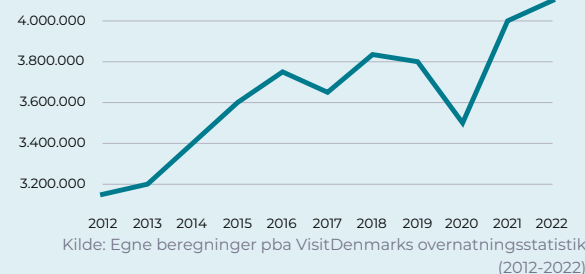
Turismen vokster på Fyn og Øerne ligesom i langt det meste af Danmark. Målt på overnatning og omsætning går udviklingen dog langsommere på Fyn og Øerne end på mange andre destinationer. Her giver vi et overblik over situationen i dag, og til slut præsenteres seks principper for den fremtidige udvikling. Det udgør det strategiske afsæt for udviklingsplanens vision og pejlemærker.

I dette kapitel har vi samlet hovedpointer om situationen i dag på Fyn og Øerne på tværs af kommuner. Det er muligt at dykke længere ned i tallene for de enkelte kommuner og for enkelte overnatningsformer, målgrupper osv. i baggrundsdokumentet, 'Strategisk Afsæt', der kan læses her: www.visitfyn.dk/Udviklingsplan



Ti kommuner og et destinationsselskab. Der er allerede godt gang i samarbejdet omkring Fyn og Øerne som en samlet destination, men der er et udbredt ønske om et endnu stærkere samarbejde med en klar fælles retning. Udviklingsplanen skal understøtte den fælles indsats, så Fyn og Øerne står stærkere og mere koordinerede i fremtiden.

Udvikling i kommercielle overnatninger



Turismen vokster på Fyn og Øerne

Turismen på Fyn og Øerne har de seneste fem år været i positiv udvikling, både hvad angår omsætning og antal overnatninger. I 2022 havde Destination Fyn et turismemæssigt rekordår med lidt over 4,1 mio. kommercielle overnatninger. Fyn og Øerne står i 2022 for 6,5% af landets kommercielle overnatninger. Fyn og Øerne markerer sig hermed som den sjette største destination i Danmark og som en central og vigtig spiller i det danske destinationslandskab. Fjerde- og femtepladsen indtages af hhv. Destination Aarhusregionen og Destination Sønderjylland, som begge har 4,9 mio. årlige overnatninger.

Men væksten halter stadig efter den nationale vækst

Selvom Fyn og Øerne har oplevet positiv vækst i turismen de seneste 5 år, så ligger den gennemsnitlige årlige vækst for antal overnatninger (2,4%) en del lavere end vækstraten på landsplan (3,8%) – og også blandt de nærmeste konkurrenter Destination Aarhusregionen (3,5%) og Destination Sønderjylland (4,6%). Det vidner om et stort uindfriet potentiale og en vækstrejse, som man kun delvist har taget del i i dag.

Destinationsselskab	Andel af alle kommercielle overnatninger i Danmark, 2022
Wonderful Copenhagen	19,1%
Destination Vesterhavet	16,4%
Destination NordVestkysten	10,3%
Aarhusregionen	7,8%
Destination Sønderjylland	7,8%
Destination Fyn	6,5%
Destination Trekantområdet	5,2%
Destination Nord	4,7%
VisitLollandFalster	3,4%
Destination Bornholm	2,9%
Destination Vadehavskysten	2,4%
Destination SydkystDanmark	1,8%
Destination Limfjorden	1,6%
Destination Kystlandet	1,6%
VisitNordsjælland	1,6%
Destination Himmerland	1,5%
Destination Sjælland	1,4%
Destination Fjordlandet	0,7%
VisitHerning	0,5%

Destinationsselskab	Gennemsnitlig årlig vækst i antal kommercielle overnatninger, 2017-2022
Destination Limfjorden	6,1%
Destination Vesterhavet	5,2%
Destination Sønderjylland	4,6%
Wonderful Copenhagen	4,0%
Destination NordVestkysten	3,8%
Destination Bornholm	3,8%
VisitLollandFalster	3,7%
Destination Trekantområdet	3,6%
Aarhusregionen	3,5%
Destination Fjordlandet	3,3%
Destination Nord	3,1%
Destination Kystlandet	2,8%
Destination Himmerland	2,6%
Destination Fyn	2,4%
Destination Vadehavskysten	2,1%
Destination SydkystDanmark	1,5%
Destination Sjælland	1,5%
VisitNordsjælland	0,9%
VisitHerning	-0,5%
Hele Danmark	3,8%

Kilde: Egne beregninger på baggrund af VisitDenmarks overnatningsstatistik (2017-2022)

Overnatning på Fyn og Øerne sker primært på campingpladser, hoteller og i lystbådehavne, mens feriecentre og feriehusene fylder mindre end på andre kystdestinationer i Danmark.

Potentiale for udvikling af camping

Selvom camping udgør 34% af alle kommercielle overnatninger, så står camping kun for 10% af omsætningen fra kommercielle overnatninger. Det er i dag den overnatningsform, hvor gæsternes døgnforbrug er lavest (650 kr.). Camping udgør størstedelen af den samlede overnatningskapacitet på Fyn og Øerne, og det er derfor vigtigt, at der skabes mere værdi på de 48 campingenheder, fx med omdannelse til helårs-ferielejligheder, hotellignende hytter, feriehus med hotelstatus eller glamping.

Potentiale for udvikling af feriehoteller

Der er potentiale for at udvide andelen af ferieovernatninger på hoteller, når man sammenligner Fyn og Øernes tal med landsgennemsnittet. Her kan der både udvides sæson på eksisterende hoteller, og der er potentiale for at tilføje ny kapacitet.

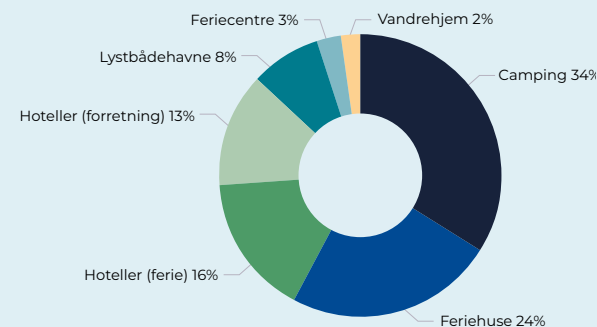
Potentiale for feriecenter af høj kvalitet

Feriecentre fylder meget lidt på Fyn og Øerne sammenlignet med resten af Danmark. Derfor er det en del af forslagene til mulig ny overnatningskapacitet - også for at imødekomme en efterspørgsel efter familieorienteret overnatning - vel at mærke i høj kvalitet.

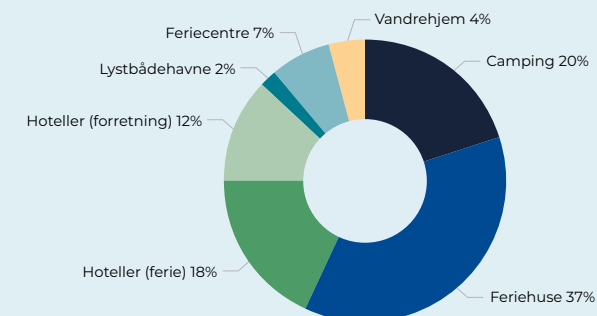
Feriehuse udlejes generelt kun lidt

På landsplan bliver omkring 37% af de kommercielle overnatninger foretaget i feriehus, mens det for Fyn og Øerne er ca. 24%. Fyn og Øerne har ca. 12.500 feriehus, men kun lidt over 11% (ca. 1.400) udlejes i dag til turister. Der er store kommunale forskelle på antallet af feriehus og på, hvor stor en andel der udlejes kommercielt. Samlet set er det ikke i form af feriehus, at en øget kapacitet skal findes. Der er god bæredygtig fornuft i at anvende den eksisterende bygningsmasse mere og arbejde på at få flere sommerhuse på markedet og højne udlejningsfrekvensen.

Antal overnatninger fordelt på overnatningsformer (Destination Fyn, 2022)



Antal overnatninger fordelt på overnatningsformer (Danmark, 2022)

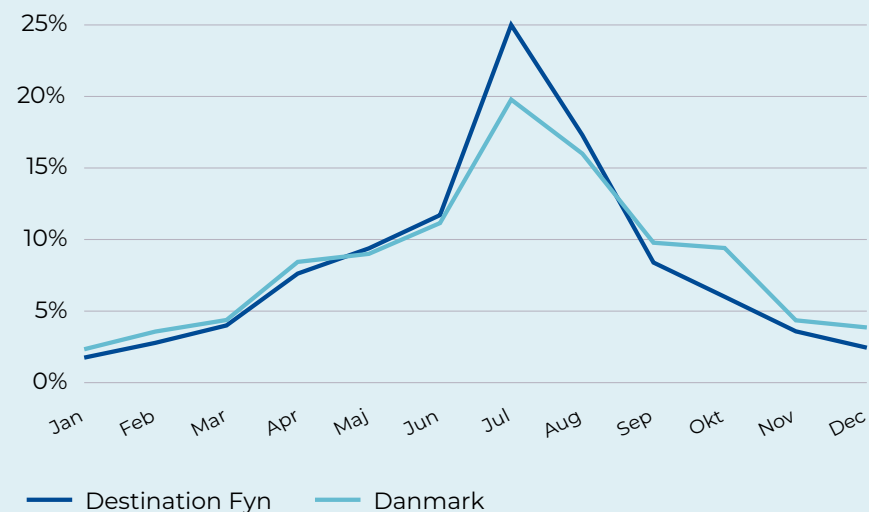


Kilde: Egne beregninger på baggrund af VisitDenmarks overnatningsstatistik (2022)

Stejl sæsonkurve og lavt døgnforbrug

Turismen på Fyn og Øerne er, sammenlignet med gennemsnittet for hele Danmark, meget sæsonpræget. Dvs. med en travl højsæson, særligt i juli måned, og en mindre travl skulder- og ydersæson, særligt i efteråret og frem til jul. Det hænger bl.a sammen med, at camping – som er en mere sæsonafhængig overnatningsform – er den mest udbredte overnatningsform. Ligeledes er de mange lystbådeovernatninger, som kun finder sted i sommerhalvåret, i høj grad med til at gøre sæsonkurven mere spids. Samtidig ligger det gennemsnitlige døgnforbrug på Fyn og Øerne på 693 kr., hvilket er væsentligt lavere end det gennemsnitlige døgnforbrug på mellem 950 og 1.050 kr. for kyst- og naturturister i hele Danmark. Dette knytter sig igen til sammensætningen af overnatningskapacitet, men det er samtidig et udtryk for, at der mangler noget at bruge penge på, om det er oplevelser, mad, shopping mv. Der er behov for at øge værdiskabelsen for eksisterende produkter og at udbygge med produkter, som lægger an til øget forbrug og besøg uden for højsæson - både ift. overnatningskapacitet og oplevelser.

Sæsonfordeling, 2022

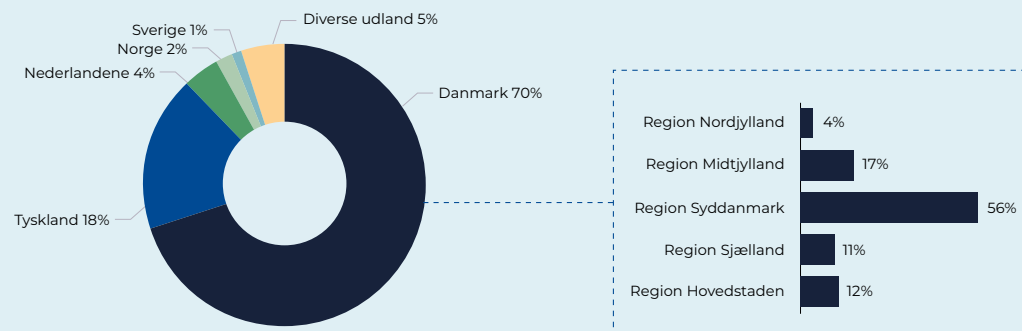


Kilde: Egne beregninger på baggrund af VisitDenmarks overnatningsstatistik (2022)

Potentiale i det udenlandske nærmarked og det danske marked uden for Syddanmark

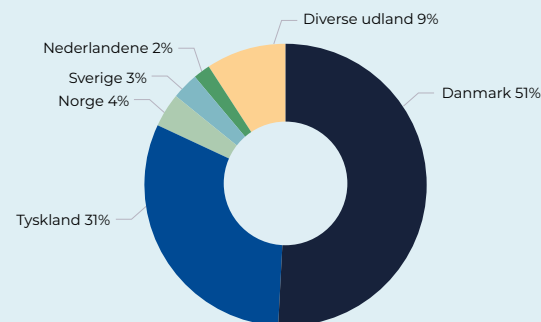
I dag foretages hele 70% af de kommercielle overnatninger af danskere mod 30% fra udlandet. Til sammenligning er fordelingen på landsplan ca. 50/50. På det danske marked har Destination Fyn primært fat i Syddanmark, hvor hele 56% af alle de danske gæster er fra. Derimod er kun 12% fra Hovedstadsregionen og 11% fra Sjælland. Fordelingen mellem danske og udenlandske gæster vidner om en generel lav internationaliseringsgrad på Fyn, som særligt viser sig for det tyske marked. På Fyn og Øerne er 19% af de overnattende gæster fra Tyskland mod 31% i hele Danmark. Der er stor forskel på, hvilke kommuner de tyske turister kommer til i dag. Særligt ø-kommunerne har mange tyske gæster, der enten er i båd eller overnatter i feriehus. En højere gennemtrængning på det internationale marked vil både sikre vækst og tilføje internationalt udsyn.

Antal overnatninger fordelt på nationalitet for Destination Fyn (2022)



*Fyn er en del af Region Syddanmark, hvilket betyder, at Fyn og Øerne formentlig har mange "lokale" turister fra Fyn.

Antal overnatninger fordelt på nationalitet for Danmark (2022)



Kilde: Egne beregninger på baggrund af VisitDenmarks overnatningsstatistik (2022) & Turismeundersøgelsen 2022 – Destination Fyn

FYN OG ØERNE I TAL

Samlingen af nøgletal for Fyn og Øerne giver et hurtigt overblik over turismen og turismeproduktet på Fyn og Øerne i dag. Nøgletallene giver et indblik i turismens størrelse i Destination Fyn sat i forhold

til hhv. hele Danmark og til Destination Aarhusregionen. Aarhusregionen er valgt til sammenlignende inspiration, fordi de to destinationer begge rummer storby, natur og kyst, og de dækker begge over mere

end fem kommuner. Aarhusregionen havde i 2017 et overnatningstal, der svarer til Destination Fyns nuværende.

	DESTINATION FYN	AARHUSREGIONEN	DANMARK
 KOMMERCIELLE OVERNATNINGER: 2022	4,1 MIO.	4,9 MIO.	62,9 MIO.
 TURISMEOMSÆTNING: 2019	8,2 MIA. KR.	12,2 MIA. KR.	139,1 MIA. KR.
 TURISMESKABTE ÅRSVÆRK: 2019	11.600	15.800	171.300



123 SLOTTE OG HERREGÅRDE

21

ÅBNE FOR OFFENTLIGHEDEN



KYSTSTRÆKNING (KM)

1.100



KØBSTÆDER

10



12.500 FERIEHUSE

8.400

SENGE UDLEJES



48 CAMPINGPLADSER

30.400

SENGE



6 FERIECENTRE

1.600

SENGE



54 HOTELLER

8.000

SENGE



42 LYSTBÅDEHAVNE

8.000

SENGE



49 SMÅ OVERNATINGSSTEDER

2.000

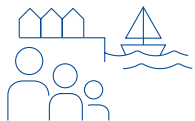
SENGE

Tal for sengekapalet er afrundet til nærmeste 100. Tallene angiver kapacitet i 2021.
*Antallet af senge til udleje er estimeret ud fra antallet af feriehus til udleje. Der er regnet med i gennemsnit 6 senge pr. feriehus.

Kilde: Turismens økonomiske betydning – Destination Fyn (2020) / Særkørsel fra VisitDenmarks overnatningsstatistik (2022)
/ Danmarks Statistik - "Andel feriehus udlejet pr. kommune (2022) / VisitFyn.dk

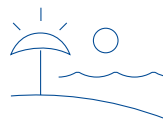
FYNSKE STYRKEPOSITIONER

I udviklingsplanen er der identificeret fire særlige styrkepositioner, som går på tværs af Fyn og Øerne og adskiller destinationen fra andre turismedestinationer. De fynske potentialer markerer, hvad der er særligt og unikt ved Fyn og Øerne, og de skal fremelskes og styrkes hele vejen rundt.



AUTENTISKE KØBSTÆDER OG HAVNEMILJØER

De mange autentiske købstæder og havnemiljøer på tværs af Fyn og Øerne udgør en fælles styrkeposition med deres karakteristiske arkitektur, de historiske gader og den særlige stemning - og er et godt udgangspunkt for at skabe helårsforretning. Det særlige ved de fynske købstæder er, at de alle ligger ved kysten med både havne- og bymiljø. Købstæderne skal Fyn og Øerne profitere endnu mere af i fremtiden. De skal i endnu højere grad være attraktive mødesteder, som tiltrækker både lokale og turister. Hver købstad og hver havn har sin egen unikke atmosfære, som samlet kan understøtte fortællingen om Fyn og Øerne som en autentisk og levende destination. Det er væsentligt at fastholde og understøtte de lokale særpræg og det lokalt forankrede liv i købstæderne. Og det er væsentligt, at binde by og havn bedre sammen for at sikre, at byerne fortsat er levende med hver deres identitet og har åbne forretninger og spisesteder hele året.



ADGANG TIL 1.100 KM KYSTLINJE, NATUR OG OUTDOOROPLEVELSER

Med 1.100 km kystlinje (dobbelt så meget som på Vestkysten) og et stort udbud af natur- og outdooroplevelser er Fyn og Øerne et attraktivt rejsemål for naturelskere, der søger enestående oplevelser i naturen og ved vandet. Kysten, naturen og muligheder for at vandre er i dag blandt hovedårsagerne til at tage til Fyn og Øerne. Naturen går igen som et kerneprodukt på tværs af de fynske kommuner med potentiale for at bygge på og videreudvikle de mange natur- og kystnære overnatningstilbud, vandre- og cykelruter. Den store variation i landskaber, kyststrækninger og naturområder gør det muligt at tiltrække en bred palet af natur- og doorturister: Fra den ambitiøse og specialiserede aktivitetsudøver til beskueren, der blot ønsker at nyde en solnedgang i smukke, grønne omgivelser. Variationen er Fyn og Øernes styrke: Fra fynske Alper til øhop, fra liv på og under vandet i Lillebælt til unik natur ved Æbelø og Hindsholm.



KORTE AFSTANDE TIL OMVERDEN OG PÅ FYN

Der er ikke langt til Fyn fra hverken Jylland, Sjælland eller Tyskland, og når man er på Fyn, er der altid kort til næste stop. Fyn er koblet op på hovedfærdselsårene i Danmark, både E45 og DSB's hovedlinje mellem landsdelene med lyntog fra både nord, syd, øst og vest. Fyn og Øerne har en geografi, der gør, at der aldrig er langt til den næste oplevelse. Behovet for at tage med færge til øerne giver naturligvis længere rejsetider, men er også en del af kvaliteten, når man tager over til forskelligartede ø-oplevelser. Derudover er det unikt, at det er muligt at lave "øhop" mellem adskillige øer, og mulighederne for lystsejlsads er de bedste i Danmark. De korte afstande gør det muligt for de besøgende at shoppe rundt mellem oplevelser, spisesteder og attraktioner. Med offentlig transport er der max. en time fra Odense til de øvrige fynske købstæder, og i bil er der max. 45 min. Om det er natur, kultur, kystliv eller storby - Fyn har det hele, tæt på.



FYN HAR ODENSE - EN STORBY I UDVIKLING

Fyn er en af de destinationer, der har en storby - og vel at mærke ikke en storby, der dræner oplandet for turister som fx København. Det at have en storby giver - sammenlignet med andre kystdestinationer som Vestkysten eller Bornholm - flere strenge at spille på, også i forhold til helårsturisme. Kyst-, ø- og storbyturismen kan i højere grad supplere hinanden - ikke forstået sådan, at alle storbyturister også skal til kysten eller omvendt. I dag benytter mange kystturister sig allerede af Odense. Det nybyggede H.C. Andersens Hus har markeret sig i den internationale liga, men Odense har potentiale til at trække endnu mere - særligt leisure - også fra det nære marked, bl.a. hovedstadsområdet. Der er de seneste år investeret massivt i en omdannelse af Odense bymidte og udviklingen af havnen. Og når man sammenligner overnatnings- og omsætningstal med fx. Aarhus, vidner det om, at der er potentiale for mere.



Foto: VisitOdense

6 CENTRALE UDFORDRINGER

Der er en række klare indikationer på, at Fyn og Øerne ikke udnytter potentialet i turismen i dag. Fx. er omsætningen genereret af turisme i den lave ende sammenlignet med resten af Danmark. Der er få gæster fra udlandet og det danske marked uden for Syddanmark, og så er der i høj grad tale om turisme i højsæsonen.

Her præsenteres seks centrale udfordringer, der samtidig rummer uforløst potentiale og derfor bør adresseres i den strategiske udvikling af turismen på Fyn og Øerne frem mod 2030. Udfordringerne skal adresseres for at generere mere omsætning, flere gæster og vel at mærke en bæredygtig tilgang, der tilgodeser det lokale og forstærker kvaliteterne i naturen og kulturmiljøerne på Fyn og Øerne.

Udfordringerne er formuleret på baggrund af desk research, analyser af data, interviews med aktører, kommuner og destinationsselskab, input fra workshops m.m. Analysearbejdet har både inkluderet en orientering ud i verden ift. megatrends og indad for at forstå det særlige ved Fyn og Øerne.

1 Fyn er ikke synlig og samlet nok som destination

Fyn og Øerne har mange mindre attraktioner og mange overnatninger på små overnatningssteder. Det er en del af charmen ved Fyn, men for at klare sig i konkurrencen med andre destinationer, der står stærkere og mere samlet, må Fyn og Øerne tage et stort skridt i retning af at styrke de fælles indsatser som destination. Det er ikke svært at forklare Fyn og Øernes geografi – det er straks sværere at se Fyn og Øerne som en samlet destination. Samarbejdet er i gang, og der er en lang række initiativer, men de store fælles, forpligtigende indsatser kan styrkes. Fyn og Øerne kan i endnu højere grad lykkes som en samlet destination, hvor kommunerne løfter hinanden. Der er behov for mere fælles retning og prioritering, så initiativer, kommuner og byer supplerer hinanden med en styrket koordinering og samlende, fokuserede indsatser. Og der er behov for en styrket rolle til Destination Fyn til at løfte de indsatser, der ikke kan løses lokalt, fx at indfri mål om flere internationale gæster. Det betyder ikke, at alt skal være ens, tværtimod skal de lokale kvaliteter dyrkes. Der er rejsemål som Det Sydfynske Øhav, Ærø og Langeland, der står stærkt i sig selv, og de skal fortsat være med til at løfte Fyn og Øerne som en samlet destination med et bredt udvalg.

2 Overnatningskapacitet genererer lav omsætning og er sæsonpræget

Tallene for belægningsgraden på Fyn og Øerne er på højde med landsgennemsnittet. Til gengæld er døgnforbruget for turister på Fyn og Øerne væsentligt lavere end det gennemsnitlige døgnforbrug for kyst- og naturturister i hele Danmark. Det lave døgnforbrug kan bl.a. forklares med, at camping er den mest udbredte overnatningsform. I Danmark generelt har camping været en overset aktør ift. større strategiske tiltag. På landsplan udgør camping ca. 21% af alle overnatninger. Det bliver meget svært at øge omsætningen på Fyn og Øerne, hvis der ikke sættes ind ift. at transformere de eksisterende campingpladser. Derudover er der behov for at genbesøge den eksisterende kapacitet i form af hoteller, feriecentre m.m. for at udnytte kapaciteten bedst muligt og for at imødekomme efterspørgsel fra børnefamilier med tilbud om fx feriecenter eller boutique- eller badehoteller målrettet mini-getaways.

3 Købstædernes havneområder er ikke nok i spil

Købstæderne er Fyn og Øernes guld. Der er aldrig langt til en købstad med et havne- og bymiljø, men på trods af de mange købstæder er det ikke det lokale byliv og oplevelser, der får folk til at tage til Fyn og Øerne i stor stil. Der er behov for en ekstra indsats og politisk prioritering for at understøtte et levende havne- og bymiljø i de ni købstæder og andre byer langs kysten og på øerne, hvor en stor del af omsætningen sker. De muligheder, der er omkring udvikling af havne i de kommende år, skal også bruges til at styrke turismen og sikre både overnatning, spisesteder og oplevelser hele året. Købstæderne skal åbne sig mod det maritime, der er unikt for Fyn og Øerne. Gennem transformation af havnemiljøerne, der rummer fortællinger og kulturarv, kan de enkelte købstæder styrke deres særkende og historie, som bør stå endnu stærkere og blive en grund til at tage til Fyn og Øerne. Købstæderne er samtidig en væsentlig del af infrastrukturen omkring outdoorturismen som porte til naturen, og de har stor lokal betydning.

4 Natur ad libitum - mange gratis og lidt hemmelige fornøjelser

En af de væsentligste grunde til at rejse til Fyn og Øerne er natur, strand, kyst og hav, vandring og længere gåture i naturen. Her ligger Fyn og Øerne et godt stykke over landsgennemsnittet. Det viser Destinations Fyns turistundersøgelse fra 2022.* Der er allerede investeret i infrastruktur i form af et veludbygget system med vandre- og cykelstier, blå støttepunkter m.m., men det er stadig hemmeligt for de fleste. Naturoplevelserne er dog ved at blive samlet og kurateret i form af cykel- og vandrerruter med knudepunkter, med Geoparken i det Sydfynske Øhav, Naturpark Lillebælt og Shores omkring Langeland. Fyn og Øerne har dog ikke nationalt eller internationalt kendte eller certificerede vandre- eller cykelruter eller andre outdoor fyrtårnsoplevelser. Der er et behov for at understøtte, at brugen af naturen til rekreative formål i højere grad bliver en del af værdikæderne og kan bidrage til en øget omsætning. Der er sat ind med Bike Island Fyn og andre initiativer, men initiativerne mangler at blive formidlet bedre og sammenkoblet med andre produkter, fx til det stigende antal outdoor komfortturister. Der er et stort potentiale i at bruge det eksisterende, fx Øhavsstien, N8 og Herregårdsruten gennem markedsføring og produktudvikling, som kan hjælpe flere ud i naturen.



Foto: Daniel Villadsen



Foto: Mitch Weisinger

5 Kunst, kultur og historie tiltrækker ikke nok

Når det gælder kunst, kultur og historiske oplevelser som motiv for at rejse, ligger Fyn under landsgennemsnittet. Fyn og Øerne rummer dog mange af denne type oplevelser, men det er ikke i særlig høj grad årsagen til at tage til Fyn og Øerne, som det er i dag. Fyn og Øerne er kendetegnet ved mange små, unikke oplevelser og attraktioner med mangfoldighed i type, tema og værditilbud. Til gengæld er der få markante attraktioner med international appel, der kan drive en udvikling og omsætning. Attraktioner som H.C. Andersens Hus, Egeskov, CLAY og Det Sydfynske Øhav står frem som egentlige besøgssteder med national og international appel og høj brandværdi. De kan være med til at løfte Fyn og Øerne som destination i samspil med nye initiativer. At løfte flere af de nuværende mange kultur-, gastro og eventtilbud og binde dem bedre sammen kan være afgørende for at styrke oplevelsesproduktet og kæde oplevelserne sammen. Det kan bidrage til at tiltrække turister til Fyn og Øerne også uden for sæsonen.

6 Turismen kan mere – og Odense kan meget mere

Udbuddet på Fyn og Øerne er varieret, hvilket er en styrke. De enkelte tilbud skal bare kædes bedre sammen. Odense har en stor andel erhvervsgæster, men potentiale for mere leisure ved at udnytte hotelkapaciteten bedre. Men også med nye juveler i form af boutique-hoteller eller andet, der kan tiltrække get-away-gæster fra fx hovedstadsområdet. Antallet af kommercielle overnatninger og omsætning fra turisme i Odense (overnatning: 577.000, omsætning: 2,2 milliarder) ligger markant lavere end i Aalborg (overnatning: 1.082.000, omsætning: 3,9 milliarder) og Aarhus (overnatning: 1.420.000, omsætning: 5,8 milliarder). Odense har gennemgået en udvikling, hvor bykvaliteterne og havneudviklingen skaber et langt større turistmepotentiale - og her kunne godt være inspiration at hente i Aalborg eller Aarhus, selv om der er forskelle på byerne - også i størrelse. Odense kan mere, hvis Odense bliver styrket som storby- og kulturdestination – i samspil med resten af Fyn, men også som en destination i sig selv til getaways fra Nordtyskland eller hovedstadsområdet især. Odense kan markere sig som kulturhovedstad med andre signaturprojekter eller mega-satsninger, der sætter Odense på det internationale landkort - ud over H.C. Andersen-brandet og -huset, der allerede har den internationale appel sammen med andre mindre nicheprodukter, fx nycirkus på havnen i Odense. På Fyn og Øerne er flere store investeringer på vej og kan være med til at løfte og styrke de enkelte steder og destinationen generelt, hvad enten det er slotte, oplevelsescentre, natur, kunst, kultur eller gastro.



UDVIKLINGSPRINCIPPER FOR EN BÆREDYGTIG TURISMEUDVIKLING

En klar og fælles prioritering af udviklingen skal skabe et stærkt grundlag for at få iværksat de rette indsatser og for at tiltrække de investeringer, der skal få en bæredygtig udvikling til at ske. Retningen for udviklingen af Fyn og Øerne frem mod 2030 er opsummeret i en vision og en række pejlemærker med konkrete målsætninger i næste kapitel. Her præsenteres de udviklingsprincipper, der indrammer det hele.

Fyn og Øerne skal geares til fremtiden med en bæredygtig tilgang

Fyn og Øerne skal være klar til at gribe de megatrends og samfundstendenser, som former fremtidens turisme. Det kalder på en tilgang til at udvikle turismen og planlægning, hvor transformation, genanvendelse, bedre udnyttelse af resurserne, flerkunktionalitet, øget værdiskabelse og helårsturisme er nøgleord. En planlægning, hvor ambitionerne om økonomisk vækst går hånd i hånd med natur, kulturarv og lokalsamfund.

På Fyn og Øerne handler det om at arbejde med differentieret og mere værdiskabende overnatningskapacitet, om bedre udnyttelse af eksisterende kapacitet og om etablering af ny kapacitet, der bygges så bæredygtigt som muligt og indpasses i by- og havnemiljøer og natur. Det handler om at udvikle og styrke produkter, om natur- og kulturoplevelser, som imødekommer flere behov, og som giver værdi for lokale såvel som turister, fx ved at have funktioner, der er åbne for alle. Produkter, der bygger på det enkelte steds særlige identitet og kvaliteter, og bidrager til at skabe lokal vækst og stolthed.

En helhedsorienteret og langsigtet planlægning af turismen på Fyn og Øerne skal sikre, at turismen fungerer som en positiv udviklingsmotor, der kan være med til at løse aktuelle samfundsproblematikker og skabe mere værdi. Den tilgang er her opsummeret i seks udviklingsprincipper.

Udviklingsprincipperne fungerer som et filter, når kommuner, Destination Fyn, erhvervsaktører og øvrige aktører skal prioritere og igangsætte fremtidige indsatser, tiltag og projekter. Principperne er udarbejdet i forbindelse med Udviklingsplan for Sjælland og Øerne (2018), og er her opdateret og tilpasset konteksten på Fyn og Øerne.



Koncentrer udviklingen – og byg ovenpå det, der allerede er

Fokuser turismeudviklingen der, hvor der allerede er en koncentration af mennesker, oplevelser, bygninger og services. Odense og de fynske købstæder og havne med deres kulturhistoriske bymiljø, de historiske gader og den særlige købstadsstemning udgør et stærkt udgangspunkt for at skabe helårsforretning, fordi der er potentiale for tilstrækkelig kritisk masse med både lokale og potentiale for flere gæster hele året. Det handler om at prioritere indsatser og steder, hvor der allerede er et solidt fundament at bygge videre på, men også om at udpege og fremdyrke steder og overnatningskapacitet med et særligt uindfriet potentiale.



Beskyt og benyt

Skab bæredygtig turisme på stedets præmisser og med så lidt aftryk som muligt samtidig med, at kvaliteterne i Fyn og Øernes natur, kyst og kulturarv aktiveres. Fyn og Øerne har 1.100 km varieret kyststrækning og maritim kultur, unikke natur- og landskabsområder, autentiske købstæder og en rig kulturarv med ikke mindre end 123 slotte, godser og herregårde. Natur, kyst og kulturarv skal gøres mere tilgængeligt og sættes i spil i nye oplevelsesmæssige sammenhænge (som "oplevelseskæder"), samtidig med at der værnes om de naturmæssige og kulturhistoriske værdier, bl.a. gennem monitorering. Nye, attraktive besøgs- og oplevelsessteder til både lokale og turister skal få flere ud i naturen og på vandet, og samtidig skabes en større bevidsthed om natur- og kulturarvsværdierne.



Styrk de lokale særkender – skab unikke købstæder og havnemiljøer

Aktiver og synliggør de lokale kvaliteter på Fyn og Øerne. Dels det, som er særligt for Fyn og Øerne på tværs af destinationen – de fynske malere, de fynske fødevarer, de unikke købstæder og de levende havnemiljøer – som understøtter en samlet fortælling. Men også for de enkelte områder og byer, så hvert sted har sine særegne tilbud, så byerne supplerer hinanden. Ved at differentiere oplevelsen og produktet fra sted til sted kan man skabe lokalt forankrede reasons-to-go, som giver de besøgende anledning til at besøge flere steder og ikke mindst komme tilbage igen.



Øg kvaliteten

Kvaliteten skal løftes hele vejen rundt i bymiljøer, på offentlige arealer og faciliteter, natur, overnatningssteder, aktiviteter, produkter og services. En målrettet satsning på øget kvalitet i alle dele af værdikæden, ved at tilføre nye high-end og andre markedsrelevante produkter, vil kunne øge døgnforbruget og højne den samlede oplevelse af destinationen. Højere kvalitet og øget udbud giver samtidig levende og attraktive lokalsamfund med butikker, spisesteder og oplevelser for borgerne.



Tænk i flere sæsoner

Sæsonudvidelse handler ikke blot om at styrke skuldersæsonerne rundt om de travle sommermåneder, men om at udvikle tilbud og oplevelser, som skaber andre og nye sæsoner. Sammentænk oplevelsesmuligheder og produkter, så det samme sted og de samme faciliteter kan leve i flere sæsoner og til flere målgrupper. På Fyn og Øerne er sæsonkurven spidsere end kurven på landsplan. Der ligger et potentiale i at udbygge og målrette oplevelses- og overnatningsprodukter, som fx havnemiljøer og overnatningsprodukter som unikke highend tilbud. Og et tilsvarende potentiale i udvikling og transformation af bl.a. campingpladser og havneområder, som kan tiltrække nye målgrupper på andre tider af året. Det samme gælder mere leisure i de større byer som supplement til erhvervsturismen, hvor Fyn og Øerne allerede står stærkt.



Sammentænk investeringer

Sammentænk investeringer, så offentlige og private midler samlet set skaber de bedst mulige vilkår for et samlet løft af Fyn og Øerne. Byg videre på de store investeringer, der allerede er foretaget på hele Fyn og Øerne, og understøt investeringer, der er på vej med nye initiativer og produkter. Ved at sammentænke og gearere investeringer gødes samtidig vejen for nye investeringer. De fynske kommuner kan gøde jorden for kommercielle og filantropiske investeringer ved at gå forrest og prioritere og investere i udvalgte områder, i fx infrastruktur, bymidteforrykning og ved at indtænke turisme i endnu højere grad i fx klimasikring og anden kommunal planlægning.



KAPITEL 3 VISION OG PEJLEMÆRKER

Foto: Mitch Wiesinger

VISION FOR UDVIKLINGSPLAN FYN OG ØERNE 2030

”Fyn og Øerne skal have flere gæster, mere turismeomsætning og turismen skal bidrage til en bæredygtig fremtid. Det skal give nye forretningsmuligheder for erhvervslivet, skabe job i en branche i vækst og løfte lokal udvikling – med respekt for klima, natur, mennesker og steder. Derfor skal turismen også spille en større og mere strategisk rolle i den fremtidige udvikling af Fyn og Øerne.”

PEJLEMÆRKER

Pejlemærkerne for Fyn og Øerne frem mod 2030 er udarbejdet som konkrete målsætninger med udgangspunkt i analysen af Fyn og Øernes udfordringer, styrkepositioner og generelle markedstrends.

Udviklingsplanens pejlemærker lægger sig op ad pejlemærkerne om kommercielle overnatninger, turismeomsætning og sæsonspredning fra den nationale strategi for bæredygtig vækst, som regeringen har vedtaget i 2022.

De enkelte målsætninger er justeret med henblik på at skabe en balanceret og realistisk vækst tilpasset den fynske kontekst.

Pejlemærkerne beskrives her kort og uddybes på de efterfølgende sider om marked, målgrupper og overnatningskapacitet.

Kilde: Regeringen, Nationale strategi for bæredygtig vækst i turismen, 2022



Styrk den bæredygtige vækst

Styrk den bæredygtige vækst gennem den nationale strategi og Fyn2030-strategien. I 2030 er 70% af overnatningsstederne bæredygtigheds certificeret, og CO2-udslippet er reduceret med 80%.



Flere gæster fra hovedstaden - fra 12% til 16%

I dag kommer de danske turister primært fra Syddanmark (56%), der inkluderer Fyn og Øerne. Der er potentiale for flere gæster fra det nationale marked - særligt fra øst, hvor 1/3 af landets indbyggere bor og kun er en god time fra Fyn og Øerne i både bil og tog. I dag er kun 12% af de overnattende danske gæster fra hovedstadsområdet. I fremtiden skal det være 16%. Så frem mod 2030 skal der komme 160.000 flere gæster fra hovedstadsområdet og 105.000 fra resten af Danmark.



Flere internationale gæster - fra 30% til 40%

Andelen af udenlandske turismeovernatninger skal øges fra de nuværende 30% til 40% i 2030. Landsgennemsnittet er 50%. Væksten skal primært komme fra nærmarkederne; Tyskland og Holland, der allerede er i stigning.



Flere kommercielle overnatninger + 3% per år

Antal kommercielle overnatninger skal øges fra 4,1 mio. i 2022 til 5,2 mio. i 2030, hvilket svarer til 1,1 mio. nye overnatninger og en årlig vækst på 3%. Fyn er i en positiv udvikling med vækst i antallet af overnatninger, men sammenlignet med andre destinationer er væksten moderat (2017-2022: 2,4% vs. landsgennemsnittet på 3,8%). Derfor arbejdes der med en højere vækstrate for Fyn og Øerne på 3%, end de 2,3%, som er angivet i den nationale strategi.



Vækst i turismeomsætning + 3,5% per år

Den samlede turismeomsætning skal øges fra 8,2 mia. kr. i 2019 til 12 mia. kr. i 2030, svarende til en gennemsnitlig årlig vækst på 3,5%. Fyn og Øerne står i dag for 5,9% af den samlede turismeomsætning i Danmark og 6,5% af det samlede antal overnatninger. For at fremme en bæredygtig turismeudvikling og den nationale ambition om mere omsætning per turist som grundlag for værdiskabende turisme, er vækst målet for Fyn og Øerne 3,5%, ca. et procentpoint højere end det nationale mål på 2,4%.



Øget fokus på sæsonspredning til 62% uden for sæsonen

I 2030 skal 62% af overnatningerne ligge uden for højsæsonen (juli og august) - mod 58% i dag. Sæsonspredning understøttes fx ved at udvikle campingpladser og flere byhoteller. De 62% overnatninger er under det nationale mål på to tredjedele. Målet afspejler en vækst, der er fordelt ud over hele året.



MARKED I 2030

I 2030 er målet, at en million flere gæster besøger Fyn og Øerne. I dag udgør de udenlandske overnatninger kun en tredjedel af de kommercielle overnatningerne på Fyn og Øerne. I 2030 skal andelen af udenlandske overnatninger udgøre 40% af de kommercielle overnatninger på Fyn og Øerne. Væksten skal primært komme fra nærmarkederne i Nordtyskland, men også fra hovedstadsområdet og resten af Danmark. Bæredygtighed skal være rammen for de indsatser, der skal få det til at lykkes.

Marked i 2030

Væksten på Fyn og Øerne skal primært komme fra nærmarkederne: Hovedstadsområdet og Nordtyskland. Fyn og Øerne skal profitere på sin beliggenhed midt i Danmark med kort afstand til flere store markeder. I dag udgør danskere 70% af alle kommercielle overnatninger på Fyn og Øerne. Det er ambitionen, at Fyn og Øerne skal have bedre fat i de udenlandske gæster samtidig med, at man fastholder de lokale danske gæster og får flere gæster fra andre landsdele end i dag, hvor 56% af de danske gæster kommer fra Syddanmark. I 2030 skal danskere udgøre 60% af alle kommercielle overnatninger på Fyn og Øerne. Det svarer til 265.000 nye danske overnatninger. Det betyder, at de resterende 835.000 nye overnatninger skal hentes fra udenlandske markeder.

Hovedstadsområdet

I dag er det kun 12% af de danske gæster på Fyn og Øerne, der kommer fra hovedstadsområdet. Region

Hovedstaden er således den region i Danmark, som Fyn og Øerne har dårligst fat i med en markeds gennemtrængning på under 3%. Til sammenligning kommer 56% af de danske gæster fra Region Syddanmark, som er den region, hvor Fyn og Øerne har den største markeds gennemtrængning på knap 22%.

Hovedstadsområdet rummer således et stort markedspotentiale, og afstanden til og fra er kort. Derfor er der potentiale i at tiltrække gæster fra hovedstadsområdet på weekend-getaways eller til længere ferier, evt. som familier, der mødes på tværs af Jylland/Sjælland. Heartland festivalen har været med til at åbne døren for det sjællandske publikum og viser vejen for initiativer, der åbner nye markeder. Samtidig udvikler Heartland sig ligesom andre events og formår at skabe spin-offs og nye anledninger til igen at besøge Fyn og Øerne.

De internationale nærmarkeder

Tyskland udgør i dag det næststørste marked på Fyn og Øerne med 19% af alle de kommercielle overnatninger i 2022. Tyskland er således det største udenlandske marked for Fyn og Øerne i dag, og sådan skal det fortsat være. Det er ligeledes i det tyske marked, at størstedelen af de nye udenlandske overnatninger i 2030 skal hentes med fokus på Nordtyskland.

Tyskerne efterspørger generelt gode natur- og kystoplevelser. Størstedelen af den tyske befolkning som helhed (43%) efterspørger kyst- og naturferier uden børn, mens 20% af befolkningen efterspørger kyst- og naturferie med børn. Langt størstedelen (80%) af de tyske overnatninger i Danmark finder sted i feriehuse, men også camping er populært. Størstedelen af tyskerne på Fyn og Øerne overnatter i dag i feriehuse (54%), i lystbådehavne (21%) og på campingplads (20%) – hvilket i høj grad modsvarer det produkt, som tilbydes. Fremover vil der imidler-

tid også være et betydeligt potentiale fra Tyskland i form af gæster, der også søger andre overnatningsformer, i forbindelse med getaways, men også længere ferier.

I fremtiden skal Fyn og Øerne tiltrække et nyt segment af tyske gæster, som efterspørger upscale overnatningstilbud tæt ved kyst og natur. Udviklingen og moderniseringen af en række populære feriedestinationer i Nordtyskland de seneste 10 år har vist, at der blandt tyskerne er høj efterspørgsel på mere luksuriøse og markedssvarende hoteller og resorts ved kysten – og dette hele året rundt. En udvikling af ny, markedsrelevant kapacitet målrettet dette segment kan være et led i at nå målsætningen om øget internationalisering og mere sæsonspredning. Også da det tyske marked i en vis grad holder ferie forskudt af danskerne.

Holland er det tredjestørste marked for Fyn og Øerne

med 4% af de kommercielle overnatninger. Fyn og Øerne har en relativ høj andel af hollændere i dag sammenlignet med andre danske destinationer, og siden 2017 er antallet af hollandske overnatninger vækstet med 20%. De hollandske gæster efterspørger, ligesom tyskerne, i særlig grad outdooroplevelser og afslapning i naturen. De seneste år er det særligt på camping, at der er sket en vækst i antallet af hollandske gæster. Det er både ift. traditionelle campister, men også et nyt segment med stor interesse for outdoor, som i højere grad rejser efter outdooroplevelsen, fremfor campingoplevelsen.

Der er således et stort potentiale i at transformere og opgradere de fynske campingpladser, som kan være med til at tiltrække flere tyske og hollandske gæster – både de, som vælger camping som en del af en outdooroplevelse, men også de, som efterspørger mere luksuriøse produkter tæt ved naturen.



Foto: Michael Flukowski & Sarah Mo

*Kilde: Tyskland: Markedsprofil, Visit Denmark 2022

MÅLGRUPPER I 2030

I 2030 skal Fyn og Øerne tilbyde miniferier og getaways, særligt til målgrupper i Nordtyskland og hovedstadsområdet, og møder og konferencer. Samtidig skal destinationen videreudvikle på produkter inden for aktiv ferie i naturen og kystferie med flere tilbud til børnefamilier.

Miniferier og getaways

Fyn og øerne skal i 2030 i endnu højere grad være et oplagt besøgsmaal ifm. miniferier og getaways. Fyn og Øerne rummer en unik koncentration af kystnære købstæder, smukke herregårde, museer og kunst i høj kvalitet og små autentiske overnatningssteder og oplevelser. Det primære marked for denne type af ferie findes i hovedstadsregionen, da oplandet her er størst, men også gæster fra resten af Danmark, som trænger til at komme væk hjemmefra og få et afbræk fra hverdagens larm, stress og jag. Det vil primært være par og venner, som rejser på miniferier og getaways.

Denne type turister er på udkig efter unikke, autentiske oplevelser af høj kvalitet, som kan forsøge tilværelsen for en stund og lade batterierne op. De overnatter typisk på hotel, B&B eller på et alternativt overnatningssted, som er helt sit eget. Det er turister, der rejser efter gastronomi, gode kulturoplevelser, vandreture, ophold med kvalitet mv. Det kan både være i Odense, i storbyregi, men også ude i mere naturnære og rolige omgivelser. Det er et marked, der ofte har en betydelig betalingsvilje, hvis ellers oplevelses-, overnatnings- og spiseproduktet er af høj nok kvalitet.

Møder og konferencer

Fyn og Øerne skal i 2030 fortsat være et stærkt tilbud for erhvervsturister, som deltager i møder og konferencer. Med en placering i smørhullet af Danmark har Fyn et stort opland bestående af både den sjællandske og jyske erhvervssektor samt Nordtyskland. Den centrale placering gør Fyn og Øerne til et oplagt sted for møder på tværs af Øst- og Vestdanmark. Fyn og Øerne står i dag relativt stærkt ift. denne gruppe af turister med et bredt udbud af unikke konference- og mødefaciliteter, som ofte ligger i unikke naturmæssige, bymæssige eller historiske rammer.

Møde- og erhvervstourismen skaber høj værdi, oplever vækst og har potentiale til endnu mere på Fyn og Øerne. Særligt ift. at kunne tiltrække større virksomheder, også fra udlandet, som kan se sig selv i den viden, de værdier og den kvalitet, der findes på Fyn og Øerne. Det er også et marked, som kan være med til at give mere robusthed for eksempelvis en overnatningsvirksomhed, der også appellerer til private getaways. Her kan møder og konferencer være med til at skabe forretning på hverdage.

Længere ferier - aktiv ferie i naturen

I takt med den stigende interesse for outdoorrelaterede ferieformer, vil segmenter inden for dette område være et potentiale for Fyn og Øerne. Det gælder i særlig grad vandring, cykelferie, lystsejls, surf, SUP, kajak og lystfiskeri. Fyn og Øerne bliver i dag i høj grad tilvalgt pga. netop natur og outdoor og har potentialet til i 2030 at være en af de bedste og mest eftertragtede destinationer for outdoorturisme i Danmark, relevant for både det danske, det tyske og det hollandske marked.

Fokus for natur- og outdoorsegmentet er på at være tæt på og ude i naturen og på at gennemføre aktiviteter i naturen af højere eller lavere intensitet. De "rolige" naturturister vil gerne ud at cykle og vandre, besøge lokale madsteder og gårdbutikker og opleve den autentiske og uberørte natur. Kulturoplevelser er også vigtige for denne gruppe. De "aktive" naturturister efterspørger i højere grad de store oplevelser, hvor de får lov at prøve sig selv og egne evner af, lære noget nyt eller dyrke en særlig interesse, fx mountainbiking, surfing, lystfiskeri og kajak.

For outdoorturisten er der større variation i det foretrukne overnatningsprodukt, selvom der generelt er efterspørgsel på øget kvalitet. Særligt camping – i forskellige former - er de senere år begyndt at vinde frem som en måde at komme tæt på naturen. En transformation og udvikling af de fynske campingpladser med fokus på mere "luksuriøse" overnatningstilbud vil kunne tiltrække en bredere målgruppe af naturturister og samtidig øge værdiskabelsen for camping. Gruppen af lystsejlere udgør ligeledes en under-målgruppe i dette segment, hvor der i disse år er et generationsskifte på vej, som bl.a. betyder flere nye og uerfarne lystsejlere i havnen med nye behov og potentiale for komfort-ydelser.

Længere ferier – kystferie "med mere" for både voksne og børn

Fyn og Øerne har en lang kyststrækning, mange kystnære campingpladser og en række sommerhusområder, som i dag tiltrækker klassiske kystferieturister – særligt fra det tyske marked. Fokus for dette segment er på afslapning, ro og samvær, og ferien vil oftest være præget af ophold på det samme sted (typisk i feriehus eller på campingsplads) og besøg

på stranden som primær aktivitet. Dette er et segment, som Fyn og Øerne allerede har fat i, særligt på Langeland og Nordfyn.

I 2030 skal Fyn og Øerne i højere grad være et eftertragtet sted for gæster på længere ferieophold ved kysten, som efterspørger øget kvalitet og oplevelsesværdi i overnatningsproduktet og flere oplevelser/aktiviteter i løbet af ferien. Det er stadig samvær og afslapning, som er i højsædet for denne gruppe, der både kan bestå af par/venner eller familier, men segmentet vil typisk indtænke flere aktiviteter og udflugter ind i løbet af ferien.

Fyn og Øerne har potentiale for at tiltrække voksne par, som søger kulturtilbud, de særlige overnatningstilbud i byen og upscale overnatningstilbud tæt ved kysten, fx på badehotel, i ferielejlighed eller i glamping. Det er en gruppe, som typisk har større betalingsvillighed, og som vil kombinere kystferien med kulturoplevelser, gastronomi og besøg i byerne/købstæderne. Dette er især en attraktiv målgruppe fra det tyske marked såvel som fra hovedstadsområdet. Fyn og Øerne har desuden potentialet til i højere grad at tiltrække børnefamilier og flergenerationsfa-

milier, som har fokus på samvær, afslapning og fælles oplevelser og aktiviteter på ferien. Det er grupper, som typisk vil overnatte i feriehus, på campingsplads eller på feriecenter. De vil typisk bo det samme sted i løbet af ferien, men til gengæld tage på ture rundt til attraktioner, natur og sjove oplevelser andre steder. Fyn og Øerne har i dag ikke særlig godt fat i børnefamilierne, og for at indfri potentialet er der behov for at udvikle relevant kapacitet, fx et resort, som tilbyder optimale rammer for både fælles aktiviteter og samvær for familier. Derudover er det relevant med flere familievenlige aktiviteter.

OVERNATNINGSKAPACITET I 2030

For at få flere gæster og mere omsætning kræver det en øget, mere differentieret og mere værdiskabende overnatningskapacitet til den ekstra godt og vel million gæster, der skal besøge Fyn og Øerne i 2030. Oversigten på næste side er et bud på, hvordan pejlemærkerne kan nås. Der er særligt fokus på omdannelse af campingpladser, mere leisure i de større byer og feriehoteller- og hotellignende kapacitet særligt ved havneområderne i kystbyerne.

Oversigten med et bud på overnatningskapacitet i 2030 illustrerer og sandsynliggør, hvordan det kan lade sig gøre at skabe en øget kapacitet til en million flere gæster frem mod 2030. Det største potentiale for udvikling findes på Fyn og Øernes 48 campingpladser, i de større byer og på havnefronterne.

Campingpladser er arealkrævende og kendetegnet ved lav værdiskabelse. Derfor bør det have høj prioritet at videreudvikle og fortætte de mange eksisterende campingpladser med nye typer mere hotellignende overnatningsprodukter, evt. som ferieresort for at bidrage til større værdiskabelse og tiltrække nye gæster til destinationen. Det kan også være i form af nicheprodukter som glamping. Målet er at videreudvikle campingarealerne, der har nogle af de bedste beliggenheder til at ombygge og bygge nyt,

og være med til at fremme højere forbrug og helårsturisme. Ved at bruge de eksisterende arealer sikres en mere bæredygtig arealtilgang, og samtidig kan der bygges videre på de eksisterende værdikæder.

Hotellerne i de større byer har en stor andel erhvervsturisme, der kan suppleres med mere leisure. Derfor er forventningerne til belægningsgraden på hotellerne opjusteret, så de matcher belægningsgrader i Aarhus og Aalborg. Conferencehotellerne suppleres med ny overnatningskapacitet med høj værdiskabelse som boutiquehoteller eller hoteller med en stærk profil for både at tiltrække erhvervs- og leisuregæster, bl.a. målrettet mini-getaways.

Ved kysterne er det særligt havneområderne, der er interessante til hoteller eller hotellignende kapacitet

i form af ferielejligheder med service i stueetagen - en type der har særlig interesse for lokale investorer. Der er generelt ikke en stærk udlejningskultur af sommerhuse. Enkelte steder som Langeland og Nordfyn udgør feriehusene dog en væsentlig del af overnatningskapaciteten, og der kan sættes ind for at få flere udlejet, særligt på Nordfyn, der ligger under gennemsnittet med 8% huse på markedet til udlejning. Her er allerede en indsats i gang.

Udover de større enheder, der er vist i skemaet, kan mindre overnatningsinitiativer give stor værdi. Det kan være attraktive trætophytter, der understøtter outdoor-komfort-profilen, eller omdannelse af funktionstømte landbrugs- eller herregårdsbygninger, der er stærke bærere af kultur og identitet. De bør desuden kobles til aktiviteter, kultur og oplevelser.

Fremskrivning af overnatningskapacitet

Målsætningen om 3% årlig vækst i antal overnatninger frem mod 2030 (1,1 mio. nye overnatninger) kræver, at der sker en opgradering og udbygning af overnatningskapaciteten på Fyn og Øerne. Det skal ske gennem en bedre udnyttelse af den eksisterende kapacitet, gennem omdannelse og transformation af eksisterende bygninger og arealer og i særdeleshed via udvikling og etablering af ny overnatningskapacitet med højere værdiskabelse, som matcher efterspørgslen og de trends, der er i markedet.

Skemaet til højre angiver et scenarie for kapacitetsudviklingen med afsæt i vækstpotentialet for hver enkel overnatningsform. Skemaet skal ses som et eksempel på, hvordan kapacitetsudviklingen på Fyn og Øerne kan se ud. Det er med til, i grove træk, at sandsynliggøre, hvor væksten skal komme fra. Som det fremgår i skemaet, er det især transformation af campingpladser, tilførsel af ny hotelkapacitet i de større og i de kystnære byer og et nyt ferieresort, som kan drive størstedelen af væksten.

Mindre initiativer for kapacitetsudvikling indgår ikke i fremskrivningen, da det ikke er her, at den store vækst skal hentes. Tallene for kapacitet under planlægning baserer sig på indsendt data fra de 10 fynske kommuner, primo 2023.

*Svarer til, at de kommuner, der lige nu har få huse til udlejning, hæver andelen af udlejede huse til minimum 11%.

**Igangværende projekter inden for hotel, camping, feriehus, ferielejligheder, lystbådehavne og herregårde.

OVERNATNINGSFORM		TYPE AF TILTAG	SAMLET LISTE OVER TILTAG	NYE OVERNATNINGER (afrundet til nærmeste 5000)
	Feriehuse*	Bedre udnyttelse	Flere feriehus til udlejning, fra 11,2% til 12% (100 feriehus mere)	70.000
	Hotel	Bedre udnyttelse	Øg kapacitetsudnyttelsen af senge på eksisterende hoteller fra 43% til 47%	120.000
	Camping	Transformation	Transformation af camping - med hotellignende koncepter, glamping, huse/hytter mv.	250.000
	Feriecenter	Nyt	Resort med 250 enheder	220.000
	Hotel	Nyt + transformation	400 værelser i større byer, primært Odense	150.000
	Hotel	Nyt + transformation	200 værelser på feriehoteller ved kystnære byer	70.000
	Ferielejligheder	Nyt + transformation	200 ferielejligheder med hotelstatus	140.000
	Under planlægning**	På vej	Blanding, primært hotel	130.000
Sum				1.150.000

KAPITEL 4

INDSATSER OG TILTAG

Udviklingsplan for Fyn og Øerne indeholder fem prioriterede indsatsområder og en række tiltag. Indsatsområder og tiltag konkretiserer, hvad der kan gøres for at realisere visionen og nå pejlemærkerne for udviklingen af turismen på Fyn og Øerne frem mod 2030.

Indsatsområdet 'Sammen er vi stærkere' fokuserer på, at Destination Fyn skal stå endnu stærkere som en samlet destination - også internationalt. Indsatsområde 2 peger både på købstæderne og Odense - som Fyn og Øernes storby - som helt afgørende steder at prioritere og fokusere udvikling gennem strategisk fysisk planlægning og ved at give turismen en større rolle i byudviklingen. Indsatsområde 3 handler om den overnatningskapacitet, der skal til for at øge kvalitet og udbud. Outdoor er et helt centralt indsatsområde, hvor der allerede er taget mange skridt. Kulturturismen skal styrkes og være levende. Det er Fyn og Øernes sjæl indlejret i bygninger, fortællinger, musik, mad, kunst og i de nyfortolkninger, der opstår, ikke mindst koblet til markante events. Mange af tiltagene kræver, at der løftes sammen på tværs af kommuner, destinationsselskab, lokale turismeorganisationer, erhvervet, lodsejere, fonde, investorer og andre aktører. Andre tiltag skal løftes og implementeres af de enkelte kommuner og destinationsselskabet.

INDSATSOMRÅDER		TILTAG
1 SAMMEN ER VI STÆRKERE	➔	1.1 Videreudvikling af en fælles fortælling med international appel 1.2 Bind steder og oplevelser bedre sammen 1.3 En styrket organisering
2 LEVENDE KØBSTÆDER OG KULTUR-STORBY	➔	2.1 Købstæder udvikles til 'reasons to go' 2.2 Skab levende og attraktive havnemiljøer 2.3 Styrk Odense som hele Fyn og Øernes kultur-storby
3 OVERNATNING, DER SKABER VÆRDI	➔	3.1 Transformation og videreudvikling af campingpladser 3.2 Skab et oplevelsesresort for familier og lokale 3.3 Flere hoteller og hotellignende ferielejligheder 3.4 Unikke overnatningssteder i naturen 3.5 Flere feriehuse på markedet
4 OUTDOOR FYN OG ØERNE	➔	4.1 Etabler knudepunkter med servicefaciliteter 4.2 Styrk eksisterende og udvikle nye rekreative hotspot 4.3 Skab signaturoplevelser med international appel 4.4 Gør Fyn og Øerne til et internationalt hotspot for vandsportsturisme 4.5 Gør natur og kyst tilgængelig og udvikl oplevelser 4.6 Beskyt naturen gennem monitorering og nudging
5 LEVENDE KULTUR	➔	5.1 Værdiskabende tilbud - slotte, godser og herregårde 5.2 Brug festivaler og events til at tiltrække besøgende hele året 5.3 Skab oplevelseskæder, der bygger på de eksisterende stærke attraktioner (komethalestrategi)

SAMMEN ER VI STÆRKERE



Det er de mange enheder og aktører, der tilsammen udgør destinationen Fyn og Øerne. Det kalder på en form for turismeudvikling, hvor de mange enheder tænkes sammen som én fælles destination, der samlet set tilbyder et bredt udbud af oplevelser, overnatning og attraktioner inden for kort afstand. Med dette afsæt vil et fælles løft af Fyn og Øerne kræve, at der arbejdes videre med en styrket, fælles grundfortælling og identitet for Fyn og Øerne, og at steder og oplevelser skal bindes bedre sammen.

I turismemæssig sammenhæng er det klart en fordel, at Fyn er et ø-samfund. Det har skabt en distinkt kultur, som afgrænser området fra andre landsdele og gør Fyn og Øerne lettere at definere som et rejsemål. Ø-fortællingen udgør et stærkt kort i brandingmæssig forstand, og den kan med fordel bruges mere aktivt i den samlede fortælling og i udviklingen af identitetsskabende produkter. Det kræver, at det fælles arbejde tages til næste niveau for at få en samlet, stærk fortælling og identitet for Fyn og Øerne. Det skal styrke turismeproduktet, adskille Fyn og Øerne fra andre destinationer og gøre destinationen mere synlig - særligt over for gæster fra Nordtyskland og hovedstadsområdet.

I dag står Fyn og Øerne ikke stærkt nok som en destination med en samlet identitet, men organisatorisk er Fyn og Øerne samlet i et centralt organ, med de ti kommuner i ét destinationsselskab. Det er et godt udgangspunkt for en fælles turismeudvikling, der udnytter de fælles styrkepositioner og lokale nuancer. Særligt på Fyn og Øerne, som er præget af mange små aktører og af overnatningstilbud og oplevelser i relativt lille skala. Både kommuner og aktører peger på de mange små initiativer, der dør hen, når projektpengene er brugt, som en central udfordring. De efterspørger et styrket og øget strategisk samarbejde på tværs af kommunegrænser, hvor destination, kommuner og aktører trækker i samme retning.

Uanset hvor man befinder sig på Fyn og Øerne, er der altid en spændende kulturel seværdighed eller et arrangement i nærheden, som gæsterne kan udforske og deltage i. De korte afstande gør det muligt for de besøgende at shoppe rundt mellem oplevelser, spisesteder og attraktioner og sammensætte deres helt egen ferie. Der er dog fortsat behov for at styrke de interne forbindelser - både fysisk og mentalt, for at udnytte de korte afstande og give de besøgende anledning til at besøge flere steder og blive en dag ekstra. Fyrtårnsprojekter og events skal styrke den fynske fortælling og markedsføres over for de målgrupper i det nordtyske og hovedstadsområdet, der skal tiltrækkes.

TILTAG 1.1

VIDEREUDVIKLING AF EN FÆLLES FORTÆLLING MED INTERNATIONAL APPEL

En videreudvikling af en samlet, stærk fortælling og identitet for Fyn og Øerne skal bidrage til at styrke det fynske produkt og differentiere Fyn og Øerne fra andre destinationer. Fortællingen skal tage afsæt i det arbejde, der allerede er lavet, i de fynske styrkepositioner og autentiske fortællinger – dét man ikke kan få andre steder, og dét man ikke lige kan kopiere eller flytte – og skal være til stede overalt i markedsføring og i udvikling af nye produkter og overnatningskapacitet.

Fortællingen skal kommunikeres i en fælles markedsføringsindsats, der i særlig høj grad målrettes mod de store markeder for nye gæster frem mod 2030: Nordtyskland og hovedstadsområdet.

Hvem: Destination Fyn i samarbejde med VisitDenmark og kommunerne.

Hvordan: Styrke og skærpe den fælles kernefortælling og identitet for Fyn og Øerne.



TILTAG 1.2

BIND STEDER OG OPLEVELSER BEDRE SAMMEN

På Fyn og Øerne er steder og oplevelser altid lige om hjørnet. De korte afstande gør det muligt for de besøgende at shoppe rundt mellem byer og oplevelser og sammensætte deres egen unikke ferie med den rette blanding af kultur, natur og oplevelser. Alligevel er der tendens til, at der er længere fra Odense til kysten end den anden vej, og selvom afstandene er korte, kan rejsetiden være lang.

Der skal fortsat arbejdes med at styrke synergien mellem storby, natur, kyst og øerne og udnytte, at Fyn og Øerne er en samlet destination med oplevelser lige om hjørnet. Oplevelser og steder skal bindes bedre sammen både fysisk og mentalt. Tematiske og sammenhængende oplevelseskæder skal binde de mange enkeltstående produkter og oplevelser bedre sammen, så de får større synlighed og gennemslagskraft. Oplevelseskæderne skal tage afsæt i den fælles fortælling, de fælles styrkepositioner og den særlige fynske natur- og kultur som fx gastronomi, kunst eller kulturmiljøer.

Hvem: Destination Fyn i samarbejde med kommuner og aktører.

Hvordan: Udvikling af tematiske og sammenhængende fortællinger.

Melstedgaard / Bornholms Madkulturhus er Danmarks første regionale madkulturhus, som samler de bornholmske fødevarerproducenter og formidler den bornholmske madkultur som del af en fælles fortælling. (Foto: DestinationBornholm)

TILTAG 1.3

EN STYRKET ORGANISERING

Destination Fyn er det samlende organ for turismeudviklingen på Fyn og Øerne og varetager allerede en række opgaver som fælles markedsføring, forretningsudvikling, dataindsamling, certificeringer og kompetenceudvikling af turismeerhvervet. Men hvis Fyn og Øerne skal indfri de ambitiøse målsætninger, som udviklingsplanen fastsætter for vækst og bæredygtighed, så kræver det et styrket og udvidet samarbejde mellem Destination Fyn, de ti fynske kommuner, Visitorganisationerne og turismeerhvervet, som også omfatter den fysiske udvikling, og som kan varetage politiske interesser på tværs af destinationen.

Destination Fyn spiller allerede i dag en central rolle som samlende organ og motor for turismeudviklingen på Fyn og Øerne. Men der er behov for flere muskler til at styrke det strategiske samarbejde, skabe klarhed om opgavevaretagelse og tilførsel af de nødvendige ressourcer, der skal til for at styrke det fremtidige samarbejde med erhvervet og kommunerne

Hvem: Destination Fyn i samarbejde med kommuner og aktører.

Hvordan: Udarbejdelse af en rolleaftale mellem de fynske kommuner, Destination Fyn og kerneaktører.

LEVENDE KØBSTÆDER OG KULTUR-STORBY



De autentiske fynske købstæder skal videreudvikles som attraktive byer at besøge og bo i med attraktivt erhvervsliv, et bredt udbud af oplevelsestilbud og bymiljø. Odense skal fortsat udvikles og styrkes som hele Fyns storby, og synergien mellem Odense, kysterne og øerne skal styrkes. Alle større byer på Fyn og Øerne skal i sig selv være en "reason to go" og samtidig styrke den lokale stolthed. Byerne bør styrkes med strategisk fysiske udviklingsplaner for at sikre en helhedsorienteret byudvikling, der både fremmer turisme og giver lokale arbejdspladser såvel som livskvalitet.

Med deres kulturhistoriske bymiljøer, de historiske gader og den helt særlige stemning er købstæderne et godt udgangspunkt for at skabe helårsforretning. Købstæder er centrale knudepunkter for handel, byliv og kulturarv, mens havnemiljøerne samler sejlads, fiskeri og andre maritime aktiviteter. Det er attraktive mødesteder, som tiltrækker både lokale og turister. Hver købstad og hver havn har sin egen unikke atmosfære, som samlet set understøtter fortællingen om Fyn som en autentisk og levende destination. Alligevel er de besøgende på Fyn og Øerne generelt mindre tilfredse med 'byliv, kultur og atmosfære' sammenlignet med resten af Danmark.

En turismeundersøgelse fra 2022 udført for Destination Fyn viser, at 76% er tilfredse eller meget tilfredse med 'byliv, kultur og atmosfære', mens det tilsvarende tal for Danmark ligger på 83%. Mest tilfredse er

de i Odense, hvor kultur, kunst, historiske seværdigheder og oplevelser, lokalt byliv og gastronomi er blandt de primære årsager til, at gæsterne kommer til Odense.

Der er således et incitament til at videreudvikle og styrke købstæderne med investeringer i bymiljø, oplevelser og overnatningskapacitet, som kan understøtte muligheden for at drive helårsforretning til gavn for borgere og besøgende. Det kan gøres med strategisk-fysiske udviklingsplaner, der både understøtter udviklingen og styrker de bymiljøer og byrum, der bliver til glæde for både gæster og borgere. Det er vigtigt, at udviklingen tager afsæt i det lokale særpræg og det levende og lokalt forankrede liv i købstæderne, for at den på den måde er med til at fremkalde og videreføre købstædernes særegne historier og kvaliteter, fremfor at skabe ensartede fe-

riebyer.

I Odense har massive investeringer i bymiljø og oplevelser løftet byen markant. Odense råder også over nogle af destinationens største oplevelser, bl.a. H.C. Andersens Hus og Odense Zoo, som i 2022 havde hhv. 183.000 og 484.000 besøgende.

Odense er den tredjestørste by i Danmark målt på indbyggertal. Imidlertid performer Odense ikke lige så godt som de to mest sammenlignelige storbyer, Aarhus og Aalborg, hvad angår turisme. Både antallet af kommercielle overnatninger og omsætning fra turisme ligger lavere end Aalborg og Aarhus. Og selvom Odense klarer sig godt, når det kommer til erhvervsturisme, så mangler der overnatningskapacitet, hvis byen skal kunne tiltrække de helt store konferencer og events og flere leisuredurister.

TILTAG 2.1

KØBSTÆDER UDVIKLES TIL 'REASONS TO GO'

De fynske købstæder rummer et stort potentiale som levende bysamfund året rundt - både for gæster og lokale. Købstæderne skal styrkes gennem helhedsorienteret udvikling, hvor tiltag både bidrager til en øget lokal omsætning fra turisme, øget livskvalitet for borgerne og lokal stolthed - både i byen og omegnen.

De fynske købstæder skal styrkes med afsæt i deres individuelle særkender og unikke lokale identitet som en vigtig del af turismeinfrastrukturen. Købstæderne skal i sig selv blive "reasons to go" og fungere som porte til destinationen. Investeringerne i turisme og byudvikling skal bruges til at skabe autentiske bymiljøer, der understøtter en levende bymidte og som grundlag for helårsforretning. Turisme skal i højere grad indgå i det bystrategisk arbejde i kommunerne både i udarbejdelsen af en række strategisk-fysiske udviklingsplaner for udvalgte købstæder og i de strategiske bymidteplaner, som kommunerne skal lave for byer med over 4000 indbyggere.

Hvem: De fynske kommuner understøttet af Destination Fyn og Dansk Kyst- og Naturturisme i samarbejde med borgere og lokale aktører.

Hvordan: Udarbejd strategisk-fysiske udviklingsplaner for alle købstæder på Fyn og Øerne. Udforsk muligheder for puljer og andre fondsmuligheder.

TILTAG 2.2

SKAB LEVENDE OG ATTRAKTIVE HAVNEMILJØER

Havnene, særligt lystbådehavnene, er et kerneprodukt på Fyn og Øerne. Flere af de fynske havnemiljøer har potentiale til at skabe mere værdi, både af og til deres kernekunder, lystsejlerne, men også som en bymæssig kvalitet for lokale borgere. Det er værd at afsøge, hvilken rolle kulturen kan spille de enkelte steder for at sikre et mangfoldigt havnemiljø. Samtidig rummer flere af havnene muligheder for udvikling af nye overnatningsprodukter, der skal sikre aktivitet og forretningsgrundlag på havnene uden for højsæsonen. Her kan kulturen også være med til at understøtte helårsturismen.

De strategisk-fysiske udviklingsplaner skal afsøge mulighederne for, hvad der er muligt de enkelte steder.

Hvem: De fynske kommuner understøttet af Destination Fyn, evt. i samarbejde med Foreningen Lystbådehavne i Danmark (FLID), havnefogeder og Dansk Kyst- og Naturturisme.

Hvordan: udarbejde strategisk-fysiske udviklingsplaner med fokus på udvikling af levende havnemiljøer med kultur.



TILTAG 2.3

STYRK ODENSE SOM HELE FYN OG ØERNES KULTUR-STORBY

Odense skal fortsat styrkes som Fyn og Øernes kultur-storby. En klar strategi og massive investeringer i bymiljø og oplevelser har givet byen international flyvehøjde. Men der er potentiale til endnu mere ved at lade leisure-turismen fylde mere både inden for kultur- og byudvikling.

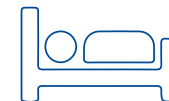
Odense skal videreudvikles som kultur-storby med afsæt i stærke fortællinger og topattraktioner. Kultur- og gastrooplevelser skal spille en mere synlig rolle hele året og være 'reason to go' med større fokus på internationale gæster. Odense rummer - med sit mix af gamle og nye bymiljøer, gammel industrikultur, mangfoldige kulturtilbud og en volumen og kvalitet i spisesteder og forretninger - et helt særligt oplevelsesmiljø, som skal videreudvikles med flere oplevelser, mens sammenhængen i byen skal styrkes. Der skal udvikles ny overnatningskapacitet særligt målrettet getaways fra Nordtyskland og hovedstaden.

Hvem: Odense Kommune understøttet af Destination Fyn og Dansk Storbyturisme i samarbejde med borgere og lokale aktører.

Hvordan: Planlægning af turismen styrkes i den fysiske planlægning og videreudvikling af Odense og indgår evt. i en strategisk-fysisk udviklingsplan.

Aarhus blev i 2017 udnævnt til kulturhovedstad. Investeringer i bymiljø og kulturelle fyrtårne som Aros og Moesgaard har medført en stigning i overnatninger, og Aarhus har i dag ca. 1/3 udenlandske gæster.

OVERNATNING, DER SKABER VÆRDI



Fyn og Øerne har brug for en opgradering og udbygning af overnatningskapaciteten, hvis målsætningerne om 1,1 mio. nye overnatninger i 2030 skal indfries. Det skal ske gennem bedre udnyttelse af eksisterende kapacitet, omdannelse og transformation af eksisterende bygninger og arealer og udvikling af ny overnatningskapacitet med højere værdiskabelse, som matcher efterspørgslen blandt mere købestærke målgrupper og de trends, der er i markedet.

Camping er den mest udbredte overnatningsform på Fyn og Øerne med 1,4 mio. overnatninger i 2022. Fyn har 48 større campingpladser, og mange af de fynske campingpladser er placeret på attraktive, kystnære arealer. Men mens camping udgør 34% af overnatningerne på Fyn og Øerne, står de kun for 10% af turismeomsætningen. Der er således et stort potentiale i at transformere og udvikle eksisterende campingpladser fx ved at transformere udvalgte campingpladser til et resortlignende overnatningssted med overnatning af høj kvalitet. Eller ved at udvikle eksisterende campingpladser og tilføje nye værdiskabende overnatningsformer som fx konceptuelle overnatningsprodukter til særlige målgrupper, der understøtter den gode outdoor-oplevelse. Der er behov for at understøtte realiseringen af disse potentialer for at udnytte de kystnære placeringer til mere end det, de giver i dag.

Fyn og Øerne har et relativt bredt udbud af hoteller - fra store conferencecentre målrettet erhvervsturismen til de små perler som Monica på Ærø og de specialiserede som Great Northern. Hoteller spiller en væsentlig rolle ift. erhvervsturismen, men også ift. getaways, og har en høj værdiskabelse. Hotelgæster-

ne har et højt døgnforbrug på 2.400 kr. for erhvervs-gæster og 1.600 kr. for feriegæster, og det er den overnatningsform, som er mest jævnt fordelt over hele året. Kapacitetsudnyttelsen på hotelværelser på hoteller på Fyn og Øerne ligger på 56,3%, mens landsgennemsnittet er på 58,8%. Ifølge turismeerhvervet mangler der hotelkapacitet, hvis Odense skal kunne tiltrække de helt store konferencer. Der er således potentiale i at øge antallet af overnatninger i de eksisterende hoteller og udvide kapaciteten, særligt i Odense, med nye hoteller, der kan understøtte erhvervs- og leiseturismen. Samtidig skal der særligt ved havneområder i købstæderne udvikles nye hoteller og hotellignende ferielejligheder.

Fyn mangler overnatningstilbud målrettet børnefamilierne. En turistundersøgelse fra 2022 viser, at Fyn og Øerne ikke har særlig godt fat i børnefamilier, men har rigtig godt fat i det voksne publikum. Fyn og Øerne har i dag seks feriecentre, hvilket er relativt få sammenlignet med andre kystdestinationer. Et feriecenter målrettet børnefamilier kan bidrage til at skabe et mere differentieret overnatningsprodukt, tiltrække flere børnefamilier til destinationen og understøtte helårsproduktet.

I sammenligning med andre kystdestinationer har Fyn et relativt lille antal feriehuse, der udlejes kommercielt. Hovedparten af sommerhusene er placeret på Nordfyn, på Langeland og i Kerteminde Kommune. Der er de senere år gennemført en række initiativer for at få flere feriehusejere til at leje deres feriehus ud rundt om i Danmark, også på Nordfyn. Erfaring fra disse indsatser kan give inspiration og viden om, hvad der virker og ikke virker.

Fyn og Øerne har 42 lystbådehavne. Lystbåde er som camping meget sæsonpræget med en høj belægning (mere end 70%) i sommermånederne. Der skal fortsat arbejdes med at videreudvikle lystbådehavnene som en del af det fynske kerneprodukt.

Strategisk-fysiske udviklingsplaner udarbejdet af kommunerne skal bidrage til at kvalificere arbejdet med at udpege de endelige lokaliteter og koncepter for ny overnatningskapacitet. De skal også sikre, at de strategiske og fysiske rammer er på plads både ift. investorer og operatører, og de skal sikre en udvikling, der giver mest mulig værdi lokalt.

TILTAG 3.1

TRANSFORMATION OG VIDEREUDVIKLING AF CAMPINGPLADSER

Camping udgør den største overnatningsform på Fyn og Øerne og er traditionelt set kendetegnet ved en lav kapacitetsudnyttelse og lav værdiskabelse, men ofte med en særdeles god placering. Det kalder på en videreudvikling og transformation af campingsektoren, som kan indfri potentialet. Det kan være ved at transformere campingpladsen til et resortlignende overnatingssted med overnatning af høj kvalitet, med hotellignende ferielejligheder med bred appel eller ved at udvikle nye typer konceptuelle overnatningsprodukter målrettet særlige målgrupper, der understøtter den gode outdooroplevelse.

Med de mange campingpladser har Fyn og Øerne mulighed for at skabe pionerprojekter for transformation og fornyelse af campingpladser med nye overnatningsformater og forretningsmodeller. Ved at lade det være en del af en strategisk-fysisk udviklingsplan sikres sammenhæng og øget værdiskabelse.

Hvem: Private campingpladsejere, kommuner - understøttet af Destination Fyn og Dansk Kyst- og Naturturisme.

Hvordan: Transformation og udvikling af campingpladser kan indgå som en del af en eller flere strategisk-fysiske udviklingsplaner med koncepter, forretningsmodeller og detailplaner.

TILTAG 3.2

SKAB ET OPLEVELSESRESORT FOR FAMILIER OG LOKALE

Fyn og Øerne mangler familie- og børnevenlig overnatningskapacitet. Et resortlignende koncept, tæt ved natur og strand og med et udbud af oplevelser og aktiviteter for hele familien, vil kunne tiltrække flere børnefamilier til Fyn og Øerne og dermed bidrage til at indfri målsætningen om 1,1 mio. nye overnatninger i 2030.

Arealmæssigt er der særligt på de nordlige kyster gode muligheder for et nyt feriecenter/oplevelsesresort med fokus på børnefamilier og flergenerationsfamilier, som kan være med til at understøtte Nordkystens særlige profil. Det kan fx ske gennem transformation af en eksisterende campingplads. Et resort skal bindes sammen med det omkringliggende og gennem åbenhed i byggestil og indretning skabe et sted med oplevelser for både gæster og lokale. Her er det særligt væsentligt, at der skabes et bæredygtigt resort, der er tilpasset landskabet og tager hensyn til flora, fauna og kulturarv.

Hvem: De fynske kommuner i samarbejde med private udviklere og operatører - understøttet af Destination Fyn og Dansk Kyst- og Naturturisme.

Hvordan: Udpegning af udviklingsarealer og udvikling af særlige koncepter for bæredygtigt resort indgår som en del af de strategisk-fysiske udviklingsplaner.

TILTAG 3.3

FLERE HOTELLER OG HOTELLIGNENDE FERIALEJLIGHEDER

Hotel er den mest værdiskabende overnatningsform og et overnatningsprodukt, som er en god forretning hele året. På tværs af Fyn og Øerne er der i dag brug for at udvide hotelkapaciteten - både med henblik på at kunne afholde større konferencer og events og for at styrke købstædernes udbud med fx badehoteller eller hotellignende ferielejligheder.

Øg gradvist hotelkapaciteten med i alt ca. 400 nye værelser frem mod 2030 i de større byer målrettet både erhverv og leisure. Samtidig bør der udvikles ny markedsrelevant ferieorienteret hotelkapacitet i kystbyerne, fx i form af hotellignende ferielejligheder - særligt i forbindelse med udvikling af havnemiljøer.

Hvem: De fynske kommuner i samarbejde med private udviklere og operatører - understøttet af Destination Fyn.

Hvordan: Fælles strategisk indsats for at tiltrække investeringer til Fyn og Øerne - investorer og hoteloperatører. Målrettet arbejde i kommuner med strategisk-fysiske udviklingsplaner og tiltrækning af de rette investorer.

TILTAG 3.4

UNIKKE OVERNATNINGSSTEDER I NATUREN

Fyn og Øerne har et særligt potentiale for at skabe mindre overnatningssteder af høj kvalitet, som understøtter den særlige oplevelse og 'det-ikke-turistede-produkt.' Det kunne være nye unikke overnatningsprodukter som trætophytter, overnatningstyper der kan understøtte en unik, aktiv ferie og blive signatursteder. De kan enten ligge for sig selv langt ude på landet, eller de kan være en del af et ferieresort eller et andet udviklingsprojekt.

Det kan også være videreudvikling af unik overnatning som ved Egeskov eller udvikling af eksisterende bygninger til overnatningskapacitet, fx i bygninger, der har udtjent deres formål, eller herregårde, hvor man vil kunne skabe unikke overnatningssteder med stedbundne kvaliteter og stærke fortællinger. Samtidig bidrager man til at sikre bevaring af kultur- og bygningsarv og giver nyt liv til funktionstømte bygninger. Endelig kan omdannelse af eksisterende bygninger og sikring af bygningsarven give adgang til steder, man ellers ikke ville få lov at udvikle.

Hvem: Private aktører i samarbejde med de fynske kommuner, relevante fonde og Destination Fyn.

Hvordan: Udpægning af potentielle bygninger eller udviklingsarealer indgår som del af de strategisk-fysiske udviklingsplaner.

TILTAG 3.5

FLERE FERIEHUSE PÅ MARKEDET

Fyn og Øerne har over 12.000 feriehuse, men kun 11,2% af disse står i dag til udlejning – og i visse kommuner er udlejningsprocenten endnu lavere. Flere feriehuse på markedet sikrer en bedre udnyttelse af den eksisterende boligmasse. Med feriehuset som tyskernes foretrukne overnatningsform kan det også være med til at realisere ambitionen om øget gennemtrængning i det tyske marked.

Flere kommuner rundt om i Danmark og på Fyn har arbejdet med at motivere feriehusejere til at leje deres sommerhus ud. Der ligger en opgave i at indsamle og vidensdele de mange erfaringer fra forskellige steder. Udgangspunktet er ikke, at det vil bidrage i stor grad til ny overnatningskapacitet, men det bør løbende afsøges, om der er muligheder for at øge udlejningsprocenten.

Hvem: Relevante kommuner, feriehusudlejningernes brancheforening i samarbejde med Destination Fyn.

Hvordan: Indsamle og vidensdele erfaringer fra andre steder, som er lykkedes med at få flere feriehuse på markedet.

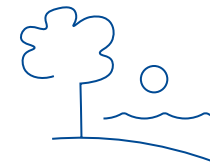
ØVERST: I Heiligenhafen i Tyskland har man haft succes med at udvikle en del nicheovernatnings- og oplevelsesprodukter, skarpt målrettet smallere målgrupper. På Hotel Bretterbude har man skabt et ungt, rå, smart hotel målrettet surfere, hvor priserne er lave, stilen afslappet og oplevelsesmulighederne tilpasset.

NEDERST: Mange steder udgør campingpladserne et oplagt udviklingsareal og en mulighed for at øge værdiskabelsen. Hvidbjerg Strand er i høj grad lykkedes med det. Med hytter i god kvalitet men for en bred målgruppe har man skabt et efterspurgt signaturprodukt af høj kvalitet på Vestkysten.



Foto: Thomas Højrup Christensen

OUTDOOR FYN OG ØERNE



Fyn og Øernes natur skal bringes endnu mere i spil som en positiv udviklingsmotor til at skabe liv, aktivitet og økonomi på Fyn og Øerne hele året. Gode faciliteter og nye oplevelsesprodukter skal få flere ud i naturen – både turister og lokale. Nye tiltag skal tage afsæt i det lokale outdoorliv, og investeringer skal foretages lokalt, hvor de kommer både lokale og besøgende til gode.

Naturen og kysten er et af de helt store trækplastre på Fyn og Øerne. Med sine ca. 1.100 km varieret kyststrækning, 38 Blå flag-badestrande, fiskespots og forskelligartede landskaber, en geopark, Herregårdsruten på cykel, Øhavsstien til fods og meget mere byder Fyn og Øerne på et bredt udbud af naturoplevelser – både til lands og til vands. Her er noget for enhver smag.

Cykel- og vandreturismen har særligt gode vilkår på destinationen. Vandring og længere gåture er både en 'reason to go' og blandt top fem aktiviteter blandt de fynske gæster. Således siger 46% af de fynske gæster, at de ofte eller meget ofte går 'længere gåture', mens det tilsvarende tal for Danmark er på 31%. Et nyt knudepunktsprojekt skal gøre det lettere og mere attraktivt at være cykelturist på Fyn og Øerne.

Fyn og Øerne rummer flere beskyttede naturområder, som er attraktive besøgsmaal for outdoor-turister. De mange områder med beskyttet titel, herunder Natura-2000 områderne, vildtreservaterne og Geopark Det Sydfynske Øhav, vidner om, at Fyn og Øerne tilbyder naturoplevelser af højeste kvalitet. Brandingværdien af disse naturområder har et stort turismemæssigt udviklingspotentiale, som Fyn og Øerne kan udnytte. I denne forbindelse er det centralt at sikre tilgængelighed til og formidling af områdernes naturværdier, uden at det samtidig fører til højere belastning af naturens flora og fauna.

Den fynske kyst og det milde vand inviterer til kajasejls og vandaktiviteter. Særligt Geopark Det Sydfynske Øhav, Naturpark Lillebælt og Pilotnaturpark Lillebælt er attraktive destinationer. Det Sydfynske

Øhav arbejder på at blive udnævnt til fuldgældigt UNESCO Global Geopark, hvilket kun vil bidrage til at gøre området endnu mere attraktivt og trække nye målgrupper til destinationen.

Natur- og outdooroplevelser er i dag et af Fyn og Øernes kerneprodukter, men potentialet er langt større. Flere skal blive bevidste om naturkvaliteterne og det nuværende outdoorprodukt på Fyn og Øerne som fx Øhavsstien, De Sydfynske Alper mv. Gode faciliteter og nye oplevelsesprodukter skal få flere ud i naturen – både turister og lokale. Samtidig er det afgørende ikke blot at passe på, men at fremme natur og biodiversitet.

TILTAG 4.1

ETABLER KNUDEPUNKTER MED SERVICE-FACILITETER

Fyn og Øerne har et veludbygget netværk af cykel- og vandreruter med bl.a. Øhavsstien, som er en af Danmarks længste vandreruter, den smukke Herregårdsrute, den nationale cykelrute N8 og Bike Island-ruten.

På Fyn og Øerne arbejder man aktivt for at gøre cykel- og vandreturen til en oplevelse med fokus på de 'gode kilometer' frem for at 'komme fra A til B'. Dansk Kyst- og Naturturisme har de seneste tre år været tovholder på et projekt om at skabe et knudepunktsnetværk af gode cykelvenlige strækninger i hele Danmark. I denne forbindelse samarbejder de fynske kommuner om at videreudvikle eksisterende netværk ved at skilte og forbinde infrastruktur på tværs af destinationen.

For at styrke infrastrukturen yderligere skal der etableres nye rekreative knudepunkter med servicefaciliteter som vandpost, toilet, spiseplads, formidling og kommercielle tiltag m.m. Det skal understøtte cykel- og vandreturismen og give de besøgende mulighed for at planlægge deres egen tur og for at få service og forplejning. Knudepunkterne kan også fungere som landmarks- og formidlingsporte, der formidler oplevelser og særlige steder og leder de besøgende videre ud i det fynske landskab.

Hvem: De fynske kommuner, Destination Fyn, Dansk Kyst- og Naturturisme i samarbejde med fonde.

Hvordan: Etablering af knudepunkter indgår i destinationens arbejde.

TILTAG 4.2

STYRKE EKSISTERENDE OG UDVIKLE NYE REKREATIVE HOTSPOTS

Fyn og Øerne rummer i dag en række hotspots, som tilbyder ekstraordinære oplevelser, såsom Bike-Island Fyn, N8 Østersøruten, Øhavsstien og Herregårdsruten, og tiltrækker cykel- og vandreturister til destinationen.

Rekreative hotspots, som tilbyder ekstraordinære oplevelser, kan skabe en differentieret og mindeværdig cykel- og vandreoplevelse, der tilskynder til længere ophold og gentagende besøg, og bidrager til den lokale økonomi ved at støtte små turistaktører og restauranter. Udviklingen af hotspots for cykel- og vandreturister er også med til at styrke Fyn og Øernes identitet og brand som bæredygtig turistdestination og cykel- og vandredø. Desuden kan udviklingen af eksisterende og nye hotspots tiltrække flere gæster til destinationen og således bidrage til at indfri målet om 1,1 mio. flere overnatninger i 2030.

Hvem: De fynske kommuner, Destination Fyn, Dansk Kyst- og Naturturisme i samarbejde med fonde.

Hvordan: Udvikling af hotspots indgår i destinationens arbejde.

Limburg-cykelstien i Belgien var med på magasinet Times liste over "World's 100 Greatest Places" i 2018. Her kan de besøgende cykle med vandet i øjenhøjde. Cykelstien er blot et af tiltagene i masterplanen, som har gjort Limburg til førende cykeldestination. [Foto: Visitlimburg.be]

TILTAG 4.3

SKAB SIGNATUROPLEVELSER MED INTERNATIONAL APPEL

For at bringe Fyn og Øerne på landkortet også internationalt skal der arbejdes med signaturprojekter, som står som symboler på kvaliteten af det fynske vandre- og cykelprodukt. Det kan fx være en unik vandrerute gennem natur eller en helt særlig vandrestruktur.

En ny signaturvandrerute, der iscenesætter de oplevelsesmæssige kvaliteter på Fyn og Øerne, kan styrke destinationens brand som unik og alsidig outdoordestination, men også give lokal stolthed på tværs af Fyn og Øerne. I sidste ende kan det resultere i øget lokaløkonomisk aktivitet gennem overnatning, bespisning og salg af produkter og skabe arbejdspladser i turistsektoren. Endelig kan det være med til at understøtte Fyn som en bæredygtig turistdestination.

Hvem: Dansk Kyst- og Naturturisme og Destination Fyn i samarbejde med kommunerne og fonde.

Hvordan: Muligheden for et nyt signaturprojekt indgår i det videre arbejde med de strategisk-fysiske udviklingsplaner.



TILTAG 4.4

GØR FYN OG ØERNE TIL ET INTERNATIONALT HOTSPOT FOR VANDSPORTSTURISME

Fyn og Øerne har potentiale til på sigt at blive udviklet til et internationalt hotspot for vandsportsturisme med oplevelser over og under vandet. Fyn og Øerne tilbyder allerede i dag en vifte af aktiviteter fokuseret i og omkring havet fra hval-safari, Bridgewalking og Øhavsmuseet til dykning, lystfiskeri og sejlads. Det Sydfynske Øhav er medio 2023 i evalueringsproces mod at blive udnævnt til fuldgyldig UNESCO Global Geopark, hvilket kan bidrage til områdets attraktivitet og synlighed.

For at udvikle markedet er der behov for at undersøge, hvordan samarbejdet på tværs af de fynske kommuner kan styrkes. Samarbejdet skal rammesætte ambitionerne for at satse på vandsportsturisme som en ny vækstgren inden for turismesektoren og motivere kommercielle aktører til at investere i destinationen.

Ved at gøre vandsportsturisme til en fælles ambition skabes grundlaget for et bredere oplevelsesudbud, som kan tiltrække flere gæster fra ind- og udland.

Hvem: Relevante kommuner i samarbejde med Destination Fyn og aktører.

Hvordan: En styrket organisering og fælles ambition indgår i Temahandleplan for outdoor.

TILTAG 4.5

GØR NATUR OG KYST TILGÆNGELIG OG UDVIKL OPLEVELSER

Understøt outdoor-turismen med faciliteter, som gør det muligt for flere at bruge naturen og samtidig styre, hvor folk færdes, så særligt sårbare steder friholdes for aktivitet. Det kunne være faciliteter som shelters, kajakbroer, udspringstårne, saunaer, ridestier, vejvisning m.m.

Tag udgangspunkt i det lokale outdoor-liv og invester lokalt i faciliteter, som kan inspirere til at bruge naturen, og som samtidig kan være afsæt for udvikling af kommercielle oplevelsesprodukter. Inviter gæsterne indenfor i det lokale foreningsliv og 'klæd dem på' til at opleve naturen på egen hånd eller gennem faciliterede ture.

Hvem: De fynske kommuner i samarbejde med det lokale foreningsliv og lodsejere evt. i samarbejde med filantropiske fonde og Dansk Kyst- og Naturturisme.

Hvordan: De enkelte kommuner skal fortsat arbejde med at udvikle faciliteter, der understøtter naturoplevelser.

TILTAG 4.6

BESKYT NATUREN GENNEM MONITORERING OG NUDGING

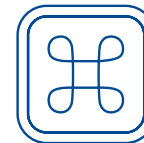
For at sikre at udviklingen af Fyn og Øernes outdoor-aktiviteter sker hensigtsmæssigt, skal data i langt højere grad bruges til at sikre en hensigtsmæssig adfærd i naturområder. Nye modeller for monitorering af brugeradfærd og gæsternes aftryk i naturen skal afdække slid på landskab og infrastruktur og danne afsæt for en mere bæredygtig planlægning og udvikling af outdoor-turismen fremadrettet.

I den nationale strategi for bæredygtig vækst i turisme indgår et tiltag om øget brug af data, og der pågår et arbejde mod en standardisering og en fælles model målrettet bæredygtig udvikling af outdoor-turismen og rekreativ infrastruktur. Monitorering af brugeradfærd og gæsternes aftryk skal være med til at understøtte udvikling og prioritering af en stærk rekreativ infrastruktur, der skal styrke tilgængeligheden til naturen – til lands og til vands.

Hvem: De fynske kommuner, Destination Fyn og Dansk Kyst- og Naturturisme, evt. i samarbejde med Friluftsrådet og private aktører.

Hvordan: Udvikling af model for data til brug for samlet indsats, der fremmer bæredygtig brug og drift - bl.a. med monitorering af brug.

LEVENDE KULTUR



Den fynske kultur skal synliggøres og aktiveres. De mange slotte, herregårde og godser skal aktiveres og være venue for oplevelser. Oplevelseskæder skal skabe merværdi ud af eksisterende stærke attraktioner og forlænge gæsternes ophold. Festivaler og events skal styrke kendskabet til Fyn og Øerne og tiltrække nye målgrupper på andre tider af året.

Fyn og Øerne er kendetegnet ved de mange små, unikke oplevelser med en mangfoldighed i type, tema og værditilbud og få egentlige topattraktioner. Sammenlignet med andre steder klarer attraktionerne sig ikke så godt. Selvom besøgstallene mange steder er opadgående, er tallene stadig små. Kun få steder, såsom H.C. Andersens Hus, Egeskov og CLAY, står frem som egentlige besøgssteder med national og international appel. En styrkelse af det nuværende oplevelsesprodukt er afgørende for at tiltrække turister til Fyn og Øerne.

Fyn og Øerne har ikke mindre end 123 slotte, godser og herregårde, hvoraf flere af dem er åbne for offentligheden i større eller mindre grad. Populære steder som Egeskov Slot, Hindsgavl Slot og Valdemars Slot

tiltrækker tusindvis af besøgende hvert år, og deres popularitet afspejler områdets rige kulturarv. Flere af herregårdene tilbyder unikke overnatningsoplevelser eller er venues for events. De mange slotte, godser og herregårde repræsenterer en historie og rig kulturarv, som bør værnes og bevares for fremtiden fx ved at fylde nyt liv i de smukke, gamle bygninger.

De fynske havne – både på vand og på kaj – har et udviklingspotentiale. Det gælder både for de traditionelle lystbådehavne med fx. udvikling af ny overnatningskapacitet, spisesteder og oplevelser, men også havne, hvor erhvervsfunktionerne efterhånden fylder et mindre areal. Her er der et potentielt attraktivt areal til rådighed for oplevelsesbaserede formål. Fyn og Øernes havne står i dag for 8 % af overnatningerne

og 7% af omsætningen fra kommercielle overnatninger. Der er derfor god grund til at se på, hvordan man kan videreudvikle havnen med andre former for overnatningskapacitet, fx hotel eller ferielejligheder samt nye oplevelsestilbud. De tidligere erhvervshavne rummer ofte udvidede muligheder for udvikling, da de ligger i byzone.

Fyn og Øerne har i dag en Michelin-restaurant og flere gastronomiske perler i byer som Nyborg, Millinge, Gudme og Ærøskøbing. Ifølge VisitDenmark var 28 % af de udenlandske feriegæster, der besøgte Danmark i 2019, gastroturister. De kommer ofte på andre tider af året, skaber omsætning og er således en interessant målgruppe at kigge ind i.

TILTAG 5.1

VÆRDISKABENDE TILBUD - SLOTTE, GODSER OG HERREGÅRDE

Nogle af destinationens 123 slotte, godser og herregårde er stadig traditionelle bedrifter, mens andre er overgået til turismemæssige formål, fx Egeskov Slot. Fælles for dem er, at de udgør en unik kultur- og bygningsarv med en stor iboende oplevelsesværdi.

Det er oplagt at se på, hvordan turismen kan bruges til at puste nyt liv i bygningerne og bidrage til at sikre bygningsarven - fx ved at åbne bygningerne op for offentligheden (i højere eller lavere grad) med turismemæssige værdier og supplere med oplevelsesmuligheder, overnatningstilbud eller events. Der kan også ses på, hvordan de slotte, herregårde og godser, der allerede har åbnet op for offentligheden, kan understøttes.

Det skal undersøges, hvordan de fynske slotte, herregårde og godser kan bidrage til at løfte den samlede destinations produktudbud og brand.

Hvem: Bygningsejere, kommuner, Destination Fyn og evt. samarbejde med Dansk Kyst- og Naturturisme.

Hvordan: Involver bygningsejerne i udviklingen af de strategisk-fysiske udviklingsplaner eller lav et pilotprojekt.

TILTAG 5.2

BRUG FESTIVALER OG EVENTS TIL AT TILTRÆKKE BESØGENDE HELE ÅRET

Festivaler og events kan være med til at øge kendskabet til Fyn og Øerne og er et vigtigt tiltag i forhold til at udvide sæsonen. Det kan åbne døren for nye målgrupper og bidrage til at skabe lokal sammenhængskraft og stolthed.

Fyn og Øerne har allerede en stærk position inden for festivaler og events med fx Heartland på Egeskov og Avernax på Avernakø, hvor stederne og den fynske fortælling nyfortolkes og tiltrækker publikum særligt fra hovedstadsområdet. Det samme har SVEND filmdage i Svendborg gjort fra 2013-23, hvor 22.000 besøgte byen. I Midtelfart har Klimafolkemødet slået sin tidligere rekord på 22.000 gæster i 2022 med 34.000 gæster over tre dage.

Flere af de store fynske festivaler som fx Heartland, Avernax og SVEND ligger i eller omkring højsæsonen. Der er et stort potentiale i at udvikle og fremme events og festivaler uden for højsæsonen, som kan skabe liv, aktivitet og oplevelser i ydersæsonen og bidrage positivt til en bæredygtig helårsforretning.

Hvem: Private og lokale aktører i samarbejde med de fynske kommuner - understøttet af Destination Fyn.

Hvordan: Festivaler og events indgår som element i Temahandleplan for kultur.

Foto: Naoshima - kunstøen i Japan - har med sin prisvindende arkitektur og særlige skulpturer skabt global anerkendelse og en stærk identitet. Øen tilbyder kunstopplevelser i verdensklasse samt hotel-, wellness-, gastro- og udlejningsfaciliteter og tiltrækker over 1 million besøgende om året.

TILTAG 5.3

SKAB OPLEVELSESKÆDER OG -RUTER, DER BYGGER PÅ DE EKSISTERENDE STÆRKE ATTRAKTIONER OG TEMAER

Fyn og Øerne rummer et stort udbud af kulturoplevelser med stærke attraktioner som H.C. Andersens Hus, CLAY eller Øhavsmuseet, der tiltrækker besøgende året rundt, men også en række mindre kendte kulturoplevelser med høj oplevelsesværdi. De mange oplevelsestilbud og de korte afstande giver en unik mulighed for at koble oplevelser sammen. Det kan både være i form af tematiserede oplevelsesruter, som binder oplevelser sammen på tværs af destinationen omkring et særligt tema. Eller ved at skabe oplevelseskæder, der bygger på de eksisterende stærke attraktioner, som kan forlænge og fordybe oplevelsen og give de besøgende mulighed for at fortsætte deres rejse ud i det fynske landskab som fx 'i H.C. Andersens fodspor' eller kunstværker i landskabet med udgangspunkt i CLAY. På den måde kan vi få skabt merværdi ud af de eksisterende stærke attraktioner og oplevelser og give gæsterne anledning til at blive lidt længere.

Hvem: Destination Fyn, kommuner og attraktion.

Hvordan: Lav et testprojekt i samarbejde med en attraktion.



ÅBNINGSTRÆK

Som åbningstræk skal der udarbejdes op til fem strategisk-fysiske udviklingsplaner for udvalgte geografier eller temaer. De strategisk-fysiske udviklingsplaner skal bygge ovenpå eksisterende planer, fx National strategi for bæredygtig vækst i dansk turisme og Udviklingsplan for Fyn og Øerne, og understøtte implementeringen af disse. De skal samle de væsentligste lokale aktører og udstikke den fælles kurs for områdets udvikling og ikke mindst være med til at skabe grundlag for at tiltrække investeringer.

De strategisk-fysiske udviklingsplaner udgør ét af de i alt 20 tiltag, som denne udviklingsplan indeholder. De kan ikke stå alene, men er et vigtigt skridt på vejen mod realisering af udviklingsplanens vision og for at nå pejlemærkerne for udviklingen af Fyn og Øerne.

De strategisk-fysiske udviklingsplaner beskriver, hvad, hvornår, hvordan og ikke mindst hvor udviklingen skal ske. I denne sammenhæng skal der være særligt fokus på at vise, hvordan investeringerne i turisme og byudvikling kan bruges til at skabe autentiske bymiljøer og naturområder til gavn for borgere, erhvervsdrivende og for turismen. Desuden skal udviklingsplanerne vise, hvordan man kan tiltrække investeringer i faciliteter og infrastruktur, der understøtter turismeudviklingen.

De skal danne grundlag for kommunernes arbejde med turismeudviklingen, spille ind i kommunernes strategi- og kommuneplanarbejde og danne afsæt for udarbejdelse af nye lokalplansforslag. De skal også bruges som værktøj til løbende vurdering, prioritering og igangsættelse af nye projekter og indsatser – og danne grundlag for beslutninger om disponering af offentlige midler såvel som for private kommercielle investeringer fremadrettet.



