

**2.3**

**Temadrøftelse: Strategisk udvikling af turismen i Region Sjælland**

## **Baggrund**

I foråret 2017 nedsatte Kommunernes Kontaktudvalg i Region Sjælland en arbejdsgruppe bestående af repræsentanter fra turismeerhvervet, som skulle se på turismens potentiale i regionen. Det overordnede mål med arbejdsgruppen er at skabe vækst og beskæftigelse i Region Sjælland.

Region Sjællands seneste turismestrategi er fra 2011. Arbejdsgruppens udspil og efterfølgende analyse skal munde ud i en ny strategi og handlingsplan for Regions Sjællands turisme fra 2018 og integreres i den Regionale Udviklingsstrategi for 2019-2022, hvor arbejdsgruppen foreslår, at turisme bliver et prioriteret område.

Arbejdsgruppen har afholdt fire møder og afsluttede arbejdet d. 28. juni 2017. Produktet af arbejdsgruppens arbejde er nærværende notat.

Arbejdsgruppen består af repræsentanter fra erhvervs- og brancheorganisationer samt destinationsudviklingsselskaber:

Mette Feifer, markedsdirektør, Dansk Erhverv – formand for arbejdsgruppen  
Susanne Nordenbæk, chef for turisme og oplevelsesøkonomi, Dansk Erhverv  
Karsten Juhl, næstformand i HORESTA Region Sjælland og centerdirektør i Lalandia  
Jesper Bengtson, regionschef, HORESTA  
Carlos Villaro Lassen, Feriehusudlejernes Brancheforening  
Hans-Jørgen Olsen, turistchef, Visit Odsherred  
Jens Müller, direktør, Erhvervsforum Roskilde  
Martin Bender, direktør, Visit Møn og Sydsjælland  
Mikkel Wesselhoff, direktør, Business Lolland Falster  
Anette Moss, konstitueret direktør, Visit Vestsjælland

Sekretariat

David Meinke, udviklingschef, Region Sjælland  
Caroline Høegh-Guldberg, konsulent, Region Sjælland

## Vidensgrundlag

Turismen er et væksterhverv, som i 2014 skabte en omsætning på 94,7 mia. kr. og ca. 114.900 fuldtidsjob i Danmark. Flere og flere turister besøger Danmark. I 2016 blev der registreret 51,4 mio. overnatninger i Danmark, hvilket er en fremgang på 4,7 procent i forhold til 2015.

Knuthenborg Safaripark, Lalandia og Roskilde Domkirke er blot et udpluk af de mange berømte og unikke attraktioner, der befinder sig i Region Sjælland. Alligevel er kendskabet til Region Sjælland grundlæggende lavt og regionen har for få overnatninger, sammenlignet med de øvrige regioner. Selvom der dog i 2015-16 har været en større vækst i antallet af overnatninger end landsgennemsnittet (7,4 pct. mod 4,7 pct.). Niveaue er dog stadig under overnatningstallet i 2008, mens resten af landet for længst er forbi krisetiden.

Turisme gav en omsætning på 94,7 mia. kr. i 2014 og turisternes forbrug spredt sig som ringe i vandet til andre erhverv. Fordelene ved at satse mere på turisme synes åbenbare, men der er behov for at samle og udbygge den eksisterende viden på området i en ny analyse, så indsatsen kan blive mere fokuseret på regionens udfordringer.

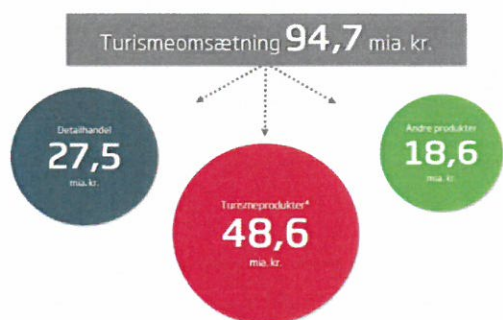
### Besøgstal på attraktioner i Region Sjælland (top 15) Rejsemotiver (top 10)

| Attraktioner                      | I alt   |
|-----------------------------------|---------|
| Aquadome Lalandia Rødby           | 573.000 |
| Borløse Land                      | 383.000 |
| Knuthenborg Safaripark            | 236.711 |
| Sommerland Sjælland               | 158.249 |
| Vilhelmsborgmuseet                | 146.801 |
| Roskilde Domkirke                 | 135.414 |
| Gaense Slot                       | 110.000 |
| Danmark Borgcenter                | 107.483 |
| Lisekønt G. Slot, Nationalmuseet  | 83.062  |
| Guldbordssund Zoo & Botanisk Have | 70.000  |
| Geocenter Møns Klint              | 64.820  |
| Andelslandshylen Nyvang           | 55.089  |
| Sagnlandet Lejre                  | 58.142  |
| Vilhelmsborg-Trelleborg           | 56.478  |
| Roskilde museum                   | 44.771  |

| Region Sjælland                               | I alt<br>(n=688) | Danskere<br>(n=538) | Udlandinge<br>(n=150) | Tyskere<br>(n=138) |
|---|------------------|---------------------|-----------------------|--------------------|
| Godt / billige transportmuligheder til landet | 56 pct.          | 56 pct.             | 56 pct.               | 53 pct.            |
| Strand, kyst og hav                           | 54 pct.          | 51 pct.             | 56 pct.               | 86 pct.            |
| Mulighed for at bade                          | 48 pct.          | 49 pct.             | 48 pct.               | 44 pct.            |
| Naturoplevelser                               | 46 pct.          | 44 pct.             | 48 pct.               | 59 pct.            |
| Spændende sightseeing                         | 34 pct.          | 26 pct.             | 41 pct.               | 45 pct.            |
| Opleve det lokale liv og kultur               | 41 pct.          | 42 pct.             | 41 pct.               | 41 pct.            |
| Bærenevigtigt land                            | 41 pct.          | 42 pct.             | 41 pct.               | 42 pct.            |
| Godt overnatningssted                         | 40 pct.          | 40 pct.             | 40 pct.               | 53 pct.            |
| En venlig og imødekommende befolkning         | 36 pct.          | 31 pct.             | 41 pct.               | 49 pct.            |
| Trygt at opholde sig i landet                 | 35 pct.          | 37 pct.             | 33 pct.               | 35 pct.            |

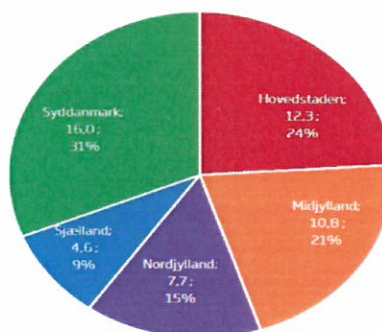
Udenlandske og tyske turister nævner i gennemsnit 9 rejsemotiver, og danskere nævner 8.

### Turisternes forbrug spredt sig til mange erhverv



Kilde: VisitDenmark, Turismens økonomiske betydning i Danmark 2014  
\*Overnatningssteder, restauranter, transport/sommede, kultur, forlystelse mv.

### Overnatninger 2016 fordelt på regioner (mio. og pct.)



Anbefaling: At der laves en analyse af turismen i Region Sjælland (udddybes i afsnittet med anbefalinger på side 6).

## Anbefalinger

Arbejdsgruppen anbefaler, at regionen og kommunerne prioriterer finansiering til at arbejde med nedenstående anbefalinger. Anbefalingerne afspejler arbejdsgruppens ambitioner for udviklingen af turismen i Region Sjælland.

- Udarbejdelse af samlet vidensgrundlag

En forudsætning for, at regionen kan udvikle sine turismesatsninger og skabe vækst og flere arbejdspladser, er, at det sker på et oplyst grundlag. Derfor foreslår arbejdsgruppen som det første, at der igangsættes et analysearbejde, der kan redegøre for turismens økonomiske betydning for regionen og spejle investeringer i turismen med investeringer i andre brancher.

Det skal være klart for kommuner og region, hvilke investeringer i branchen, der kan betale sig, i form af nye arbejdspladser, konsekvenser for bosætning, uddannelse, jobs mv.

En sådan analyse kunne danne grundlaget for de kommende års strategiske satsninger i regionen.

Arbejdsgruppen anbefaler at igangsætte udarbejdelsen af et strategisk vidensgrundlag, inklusive tal om turismens økonomiske betydning i Region Sjælland – besøgstal, overnatningstal, kapacitetstal mv. De kan danne basis for en langsigtet regional strategi og et nyt kig på den lokale organisering.

- Fokus på at udvikle stærkere destinationer

Det er afgørende for Region Sjælland at have et antal velfungerende destinationer, der hver især og tilsammen kan tilbyde en sammenhængende og udbygget produktpalette.

En velfungerende destination er kendetegnet ved:

- En strategi. Der skal fx være en fælles fortælling, der udpeger destinationens satsninger
- Et udbygget produktmix. Der skal være stærke attraktioner, et varieret udbud af overnatningsformer, en udbygget infrastruktur (cykelstier, vandreruter, bymiljøer, offentlige strande mv.)
- Ressourcer. Der skal være ressourcer til at varetage koordination i forhold til service, marketing og destinations- og produktudvikling mv. Der skal være fokus på effektiv ressourceudnyttelse.
- Samarbejde. Det er afgørende, at der i destinationen er et velfungerende samarbejde med destinationens attraktioner, overnatningssteder, kommuner m.fl.

Arbejdsgruppen anbefaler, at destinationsselskaber, erhverv, region og kommuner arbejder mod at skabe stærkere destinationssamarbejder. Samarbejderne skal sikre fælles, koordinerede indsatser omkring branding, markedsføring, information, produkt- og destinationsudvikling.

- Koordinering af regionens indsatser

Det er afgørende, at hovedaktørerne forpligter sig til effektivt at koordinere alle større indsatser. Hovedaktørerne er region, kommuner, erhvervsorganisationer, Dansk Kyst- og Naturturisme/Østersøpartnerskabet, VisitDenmark, Væksthus Sjælland og de større destinationsselskaber. Der samarbejdes desuden med Region Hovedstaden og Wonderful Copenhagen omkring Greater Copenhagen.

**2.3**

**Temadrøftelse: Strategisk udvikling af turismen i Region Sjælland**

### **Formål med det midlertidige turismeforum**

Turismeforum 2018 har til formål at fastholde og udvikle et fælles fokus for turismeerhvervet og regionens satsningsområder. Forummet skal samtidig være bindeleddet til regionens øvrige turismesamarbejder på regionalt og internationalt niveau. Turismeforummet skal ligeledes agere som Region Sjællands stemme i Greater Copenhagen-samarbejdet. Udviklingschef David Meinke fra Region Sjælland vil sekretariatsbetjene turismeforummet og lede gruppens møder.

### **Opgaver**

Turismeforum 2018 skal sikre følgende:

- Varetagelse af Region Sjællands interesser på turismeområdet i Greater Copenhagen-samarbejdet
- Input til den kommende Regionale Vækst- og Udviklingsstrategi  
Forankring af de 3 regionale satsningsområder
- At sammenhængen mellem by- og landturisme og dermed eksekvering på Greater Copenhagen-dagsordenen sikres i arbejdet
- Udvikling og fastholdelse af en fælles retning, herunder konkrete anbefalinger til det videre arbejde med turismen i regionen.

### **Leverancer**

- Kernefortælling, der kan markedsføre regionen som det perfekte match mellem land og by
- Primo 2018 forelægges oplæg til proces og kommunikationsplan for forummets leverancer for KKV-formandskabet, herunder inddragelse af relevante foraer: Regionsråd, Vækstforum, KKR/kommunalbestyrelser m.v.
- Input til kommende annonceringer på turismeområdet
- Input til møder med Erhvervsminister Brian Mikkelsen

### **Ressourcer**

De deltagende organisationer forventes at stille deres viden til rådighed. Desuden vil der undervejs være mindre opgaver, herunder udarbejdelse af kernefortælling, som organisationerne skal være en del af.

Der forventes afholdelse af mindst 4 møder i 2018.

### **Økonomi**

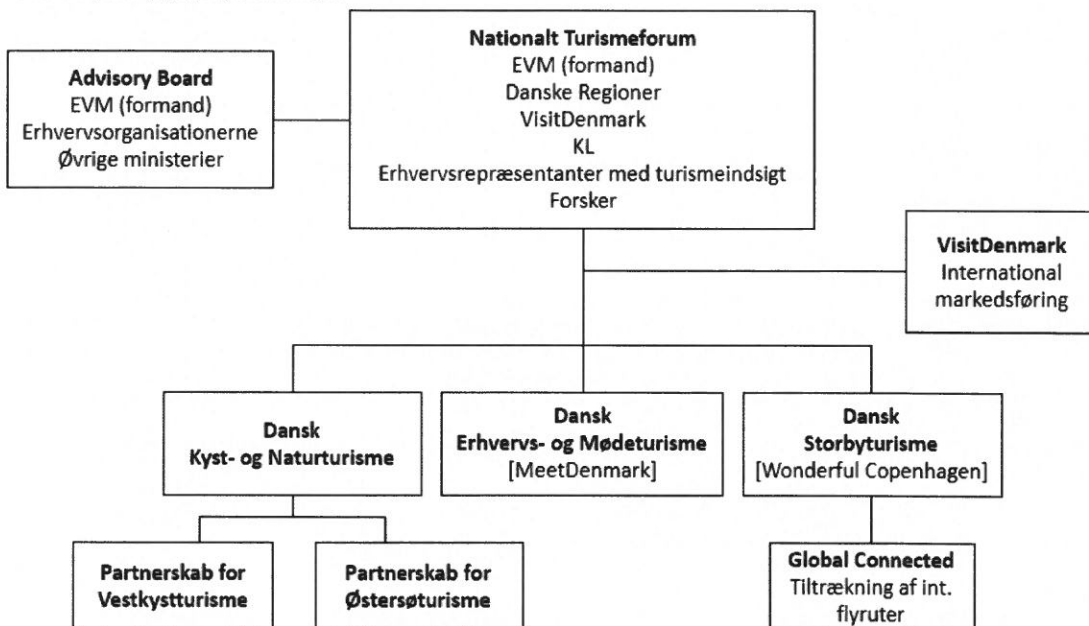
Eventuelle økonomiske udgifter dækkes af de deltagende organisationer.

### **Forventet procesplan**

- Januar 2018: Kommissorium for gruppens arbejde i 2018 godkendes af KKV-formandskabet
- Der afholdes første møde i arbejdsgruppen den 18. jan. 2018
- Resultatet af arbejdet skal ligge færdigt inden årets udgang
- Processen for det videre arbejde med turismen vedtages i KKV og i Vækstforum i december 2018

## Organisering af turismefremmeindsatsen i Danmark

Nationale (statslige) og regionale aktører



### **Regionale udviklingsselskaber for turisme**

I henhold til Lov om dansk turisme opretter regionerne udviklingsselskaberne Dansk Kyst- og Naturturisme og Dansk Erhvervs- og Mødeturisme. Udviklingsselskabet Dansk Storbyturisme forankres i fonden Wonderful Copenhagen.

### **Dansk Kyst- og Naturturisme**

Dansk Kyst- og Naturturisme (DKNT) er en erhvervsdrivende fond, som ansvarlig for udvikling af kyst- og naturturismen i hele Danmark og skal medvirke til at vende tilbagegang til vækst og nye markedsandele. Indsatsen sker i tæt samarbejde med bl.a. kommuner, regioner, turismeerhvervet, VisitDenmark, MeetDenmark (Dansk Møde- og Erhvervssturisme) og Wonderful Copenhagen (Dansk Storbyturisme).

Partnerskaberne for hhv. vestkyst- og østersøturisme er organiseret under DKNT.

### **Indsatsområder**

DKNT's indsatsområder er definerede ud fra de forventninger, som kyst- og naturturismens nøgleinteressenter har til selskabet. En analyse blandt disse fra efteråret 2014 udpeger en stærkere kommercielisering af kyst- og naturturismen og vækst på de internationale nærmarkeder som de vigtigste indsatsområder.

DKNT fokuserer derfor på følgende tre sammenhængende kerneområder:

- *International synlighed*: En klar og nyskabende fortælling om kyst- og naturturismen i Danmark, der skal tiltrække relevante målgrupper.
- *Produktfornyelse*: Markante nye attraktioner, produktfornyelse og signaturoplevelser, der vækker international interesse og understøtter den internationale fortælling om dansk kyst- og naturturisme.
- *Bedre destinationskvalitet*: Et helhedsorienteret generelt løft i kvaliteten af kyst- og naturturismeoplevelsen med særligt fokus på de særlige og stærke feriesteder

### **Bestyrelse/formandskab**

Bestyrelsen består af i alt 6-9 udpegede medlemmer, der skal have forretningsmæssig viden og erfaring fra turismeerhvervet og andre relevante brancher. Bestyrelsen udpeges ud fra en samlet kompetenceprofil, der baseres på geografiske, faglige og erhvervsmæssige hensyn.

- Erhvervs- og Vækstministeriet udpeger ét bestyrelsesmedlem.
- 5-8 bestyrelsesmedlemmer udpeges af en til formålet nedsat nomineringskomité. Vækstforum Nordjylland, Vækstforum Midtjylland, Syddansk Vækstforum, Vækstforum Sjælland og Vækstforum Hovedstaden udpeger hver en repræsentant til Nomineringskomitéen.



- 4 medlemmer – øvrige (1 valgt af sammenslutninger af virksomheder og 3 valgte på første generalforsamling blandt virksomheder)

#### **Dansk Erhvervs- og Mødeturisme – MeetDenmark**

MeetDenmark er det nationale udviklingsselskab for dansk erhvervs- og mødeturisme. MeetDenmark er dannet som en forening primo 2015 og er ejet af Erhvervsministeriet og de danske regioner.

MeetDenmarks formål er at fremme dansk erhvervs- og mødeturisme, herunder at styrke den private og offentlige indsats for at tiltrække flere internationale møder og kongresser til Danmark, for dermed at skabe vækst og udvikling i turismeerhvervet. MeetDenmark har seks overordnede indsatsområder:

- 1) Bearbejdning og rekruttering af potentielle nationale kongresværter i samarbejde med regionale og lokale videncenter og videntunge erhvervsnetværk
- 2) Udvikling af bud på konkrete kongresser sammen med lokale og regionale partnere
- 3) Markedsføring af Danmark som kongresland – herunder bl.a. en særlig kommunikationsindsats over for internationale beslutningstagere med udgangspunkt i danske erhvervs- og forskningsmæssige styrkepositioner
- 4) Udvikling af det tværgående samarbejde – både nationalt, regionalt og lokalt samt mellem offentlige og private aktører
- 5) Udveksling af erfaringer og fælles udvikling af kompetencer og nye redskaber mhp. at styrke destinationernes konkurrenceevne
- 6) Udvikling af erhvervets rammebetingelser

Foreningen MeetDenmark har sekretariat hos Wonderful Copenhagen i Region Hovedstaden, Nørregade 7b, 1165 København K

#### **Bestyrelse/formandskab**

Foreningen MeetDenmarks medlemmer er de fem danske regioner samt Erhvervsministeriet. Foreningens sekretariat er placeret i kongresafdelingen hos Wonderful Copenhagen i Region Hovedstaden.

De fem regioner har udpeget hhv. VisitAarhus (Region Midtjylland), VisitAalborg (Region Nordjylland), Inspiring Denmark (Region Syddanmark) samt Wonderful Copenhagen (Region Sjælland og Region Hovedstaden) som deres repræsentanter i foreningen. Erhvervsministeriet har udpeget VisitDenmark.

Foreningens bestyrelse udgøres af direktørerne fra de nævnte turismeorganisationer. Region Sjælland repræsenteres i bestyrelsen af direktøren for ErhvervsForum Roskilde

#### **Destinationselskaber i KKR Sjælland**

Kommunerne markedsfører og udvikler turismen gennem bl.a. destinationselskaber. Gennem de senere år er der sket en styrkelse af disse og et tættere samarbejde, herunder egentlige sammensmeltninger på tværs af kommunerne. Der eksisterer umiddelbart flg. destinations-/visitselskaber i KKR Sjælland:

- VisitVestsjælland - Kalundborg, Slagelse og Sorø Kommuner
- VisitOdsherred –Odsherred Kommune
- VisitHolbæk – Holbæk Kommune
- VisitRoskilde – Roskilde og Lejre Kommuner
  - samarbejde mellem Frederikssund, Roskilde, Lejre, Holbæk og Odsherred om Fjordlandet (landet rundt om Isefjorden og Roskilde Fjord)
- VisitRingsted
- VisitMøn&Sydsjælland - Faxe, Næstved, Stevns og Vordingborg Kommuner
- Business Lolland/Falster – Guldborgsund og Lolland Kommuner
- VisitKøge
- VisitGreve