PLAN FOR UDVIKLING AF TURISMEN

MOD ET TÆTTERE SAMSPIL MELLEM STORBY-, KYST-, KULTUR- OG NATURTURISME I HOVEDSTADSREGIONEN

DECEMBER 2020

VisitNordsjælland

WONDERFUL COPENHAGEN

DANSK KYST & NATUR TURISME

Tisvildeleje Strand, Daniel Overbeck - VisitNordsjælland

PLAN FOR UDVIKLING AF TURISMEN

Mod et tættere samspil mellem storby-, kyst-, kultur- og naturturisme i hovedstadsregionen

Planen er udarbejdet i samarbejde mellem BARK Rådgivning, Wonderful Copenhagen og VisitNordsjælland samt Dansk Kyst- og Naturturisme.

Illustrationer kan benyttes med kreditering af BARK Rådgivning.

December2020

BARK

INDHOLD

Kapitel 1: Introduktion **4**
Introduktion 5

Kapitel 2: Strategisk afsæt **8**
Turismen i tal 9
Strategisk afsæt 11
Pejlemærker 14
Udviklingsprincipper for en bæredygtig turisme 15

Kapitel 3: Kraftcentre og mulighedsområder **16**
Udpegning af kraftcentre og mulighedsområder 17

Kapitel 4: Specialiseringer **23**
Stærke specialiseringer 24

Kapitel 5: Indsatser og tiltag **28**
Stærke kraftcentre 30
Større oplevelsesværdi 34
Bæredygtig kapacitetsudvikling 37
Bedre adgang og mobilitet 40
Øget kendskab 42

Kapitel 6: Næste skridt **44**
Næste skridt 45

Hornbæk, Tine Uffelmann, VisitNordsjælland

KAPITEL 1

INTRODUKTION

INTRODUKTION

Wonderful Copenhagen og VisitNordsjælland har taget initiativ til at belyse, hvordan særligt kyst- og naturturismen i hovedstadsregionen kan udvikles. Arbejdet bygger videre på og supplerer Udviklingsplan for Sjælland og øerne, som har fokus på udvikling af turismen i Region Sjælland frem mod 2025.

Planen er udarbejdet i 2020 i samarbejde mellem BARK Rådgivning, Wonderful Copenhagen og VisitNordsjælland samt Dansk Kyst- og Naturturisme.

Planen indeholder en række anbefalinger til, hvilke tiltag der skal bidrage til at styrke turismen i hovedstadsregionen, særligt med fokus på kyst- og naturturisme, og den er afsæt for, at KKR Hovedstaden og kommuner, der grænser op til hinanden – kan drøfte og beslutte, hvordan man på tværs af kommunerne i KKR Hovedstaden og koordineret med det øvrige Sjælland vil arbejde med at udvikle turismen.

Formålet er på sigt at skabe et koordineret og fælles grundlag for en bæredygtig udvikling af turismen i hele geografien og at skabe grundlag for et varigt og markant løft af turismen som væksterhverv på hele Sjælland og øerne og i tæt kobling med København. Og dermed i sidste ende bidrage til de nationale målsætninger om en bæredygtig vækst i turismen.

FOKUS: Planen har særligt fokus på kyst- og naturturismen i Region Hovedstaden med undtagelse af København, Frederiksberg og Bornholms kommuner. Dermed dækker planen tre destinationsselskaber: VisitNordsjælland, Wonderful Copenhagen og VisitFjordlandet. VisitFjordlandet dækker også kommuner i Region Sjælland og indgår også i Udviklingsplan for Sjælland og øerne.

Mod et tættere samspil mellem storby-, kyst-, kultur- og naturturisme i hovedstadsregionen

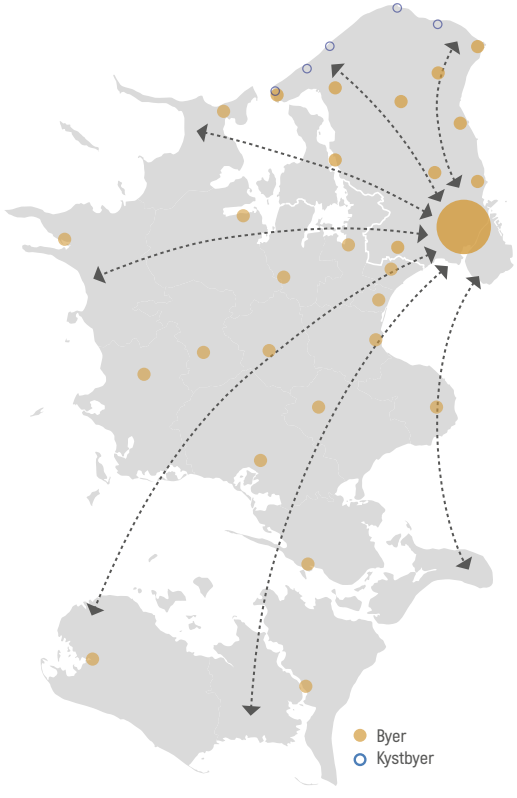
Fælles for hele geografien – både Region Sjælland og Region Hovedstaden – er den særlige styrkeposition, der ligger i koblingen mellem storby-, kyst-, kultur- og naturturisme samt erhvervsturisme, som naboskabet til København og Malmø/Skåne giver mulighed for.

Ambitionen er at skabe endnu mere synergi mellem kystturismen og de rekreative områder i den nordlige del af geografien og de store attraktioner og storbyturismen i og omkring København. Styrkepositionerne i geografien skal i endnu højere grad understøtte hinanden, til gavn for både by og land.

Nordsjælland står allerede stærkt som turismedestination, mens de øvrige rekreative områder i hovedstadsregionen i mindre grad er udviklet turismemæssigt. Og med udbruddet er Covid-19 i foråret 2020, er der vendt op og ned på situationen i turismen i regionen. Turismen i Københavnsområdet er aktuelt i knæ, mens kyst- og naturturismen over hele landet har vundet momentum i højsæsonen oven på forårets nedlukning.

Det momentum skal udnyttes til at skabe en langsigtet vækst i kyst- og naturturismen i hovedstadsregionen og til at styrke den samlede geografis værditilbud, så man sammen står stærkere, både på lang sigt og i forhold til den skærpede konkurrencesituation, der i forhold til hjemme- og nærmarkedet på grund af Covid-19.

Det store markedsopland i København og Skåne, den veludbyggede infrastruktur og det varierede oplevelsesudbud skal understøttes og sættes endnu mere i spil, så hele regionen står stærkere og fremstår som én samlet destination med et stærkt og mangeartet produkt.



STÆRKE SAMMENHÆNGE MELLEM LAND OG BY: Stærkere sammenhænge skal skabe merværdi af nærheden til København, som er landets største attraktion og en af de primære drivere for turismen på Sjælland og øerne. Oplevelser og steder på Sjælland skal bindes stærkere sammen på tværs af land og by, så værditilbuddet styrkes.

Mod et tættere samarbejde på hele Sjælland

Målet med arbejdet er at skabe en sammenhæng i turismeudviklingen i hele Region Hovedstaden og på længere sigt på hele Sjælland, som udnytter nærheden og koblingen mellem København og resten af Sjælland og øerne.

Denne plan er ikke en plan for genstart af turismen på den korte bane, men den lægger grundlaget for en langsigtet udvikling, som gør, at den samlede region står stærkere og på flere ben i en usikker fremtid, som formentlig vil præge turismen i længere tid.

Planen skal læses i sammenhæng med Udviklingsplan for Sjælland og øerne, som er kommunerne i Region Sjællands fælles plan for udvikling af turismeerhvervet. Målet er, at turismen skal være en bæredygtig udviklingsmotor, der kan skabe liv, aktivitet og økonomi i form af øget beskæftigelse og attraktivitet på stedet og derigennem bidrage til levende bymiljøer og lokalsamfund året rundt.

Denne plan er et supplement til og skal læses i sammenhæng med Udviklingsplan for Sjælland og øerne, som er kommunerne i Region Sjællands fælles plan for udvikling af turismeerhvervet. Udviklingsplan for Sjælland og øerne udpeger en række stærke kraftcentre i geografien, der skal drive væksten, samt en række mulighedsområder, hvor der er et potentiale til på sigt at udvikle turismen. Derudover peger udviklingsplanen på en række tematiske specialiseringer, der skal skabe en klarere rollefordeling og skabe større synlighed og gennemslagskraft nationalt og internationalt. Målet med at lave en lignende plan i for hovedstadsregionen uden for københavnsområdet er at skabe en endnu bedre sammenhæng i turismeudviklingen i hele regionen og på længere sigt på hele Sjælland og i endnu højere grad at udnytte koblingen til København.

Grundlag for planen

Arbejdet bygger videre på Udviklingsplan for Sjælland og øerne (2020). Som led i udarbejdelsen af denne plan er der:

- Indhentet nøgletal om turismen i hovedstadsregionen (ex. København, Frederiksberg og Bornholms kommuner).
- Udvalgte kommuner har gennemført en mini-kortlægning af oplevelser, natur, overnatning, restauranter, mm. i de enkelte kommuner
- Gennemført interview med udvalgte kommuner, hvor turismen særligt spiller en rolle
- Gennemført interview med udvalgte turismeaktører inden for erhverv, kultur, mm.
- Gennemført en besigtigelse og besøg på udvalgte steder i geografien.

KAPITEL 2

STRATEGISK AFSÆT

TURISMEN I TAL

HOVEDSTADSREGIONEN (EX. KØBENHAVN, FREDERIKSBERG OG BORNHOLM)

FERIEHUSE

35.000

VANDREHJEM

8

HOTELLER

60

(5325 ENHEDER)

MINDRE HOTELLER

31

CAMPINGPLADSER

26

(5512 ENHEDER)

ATTRAKTIONER

26

(5,7 MIO. BESØG)

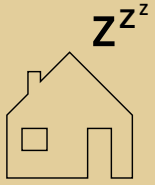
UNESCO UDMÆRKELSER

2

NATIONALPARKER / NATURPARKER

3

Hovedstadsregionen uden for københavnsområdet omfatter landsdelen Nordsjælland, Landsdel Københavns Omegn, samt kommunerne Dragør og Tårnby. KILDE: VisitDenmark (2019), Danmarks Statistik , VisitDenmarks attraktionsliste , top 300, 2019



KOMMERCIELLE OVERNATNINGER

Danmark:

56,1 mio.

Kyst- og naturturisme i Danmark:

39,8 mio.

Region Hovedstaden (ekskl. Bornholm):

12,4 mio.

Hovedstadsregionen uden for københavnsområdet (ekskl. København, Frederiksberg oo Bornholm):

3,3 mio.

TURISMEOMSÆTNING

Danmark:

132,5 mia.

Kyst- og naturturisme i Danmark:

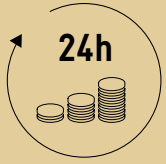
63,2 mia.

Region Hovedstaden (ekskl. Bornholm):

51,2 mia.

Hovedstadsregionen uden for københavnsområdet (ekskl. København, Frederiksberg oo Bornholm):

16,6 mia.



DØGNFORBRUG FOR FERIEGÆSTER

Danmark:

950 kr.

Kyst- og naturturisme i Danmark:

750 kr.

Region Hovedstaden (Storbyturisme):

2.100 kr.

Hovedstadsregionen uden for københavnsområdet (ekskl. København, Frederiksberg oo Bornholm):

1.150 kr.

Hovedstadsregionen uden for københavnsområdet omfatter landsdelen Nordsjælland, Landsdel Københavns Omegn, samt kommunerne Dragør og Tårnby. Kilde: Danmarks Statistik og VisitDenmark, 2019 (overnatninger), 2018 (turismeomsætning og døgnforbrug)

STRATEGISK AFSÆT

Turismen har de seneste ti år været i markant vækst, både nationalt og globalt. I Danmark lå turismen i 2019 25% over niveauet i 2008, og turismen er vokset kontinuerligt siden 2008/09 og frem til starten af 2020, hvor det verdensomspændende udbrud af Covid-19 satte en midlertidig stopper for al international turisme med store fald i overnatninger og omsætning i første halvdel af 2020 som følge.

I 2018 stod turismen i hovedstadsregionen (ex. København, Frederiksberg og Bornholms Kommuner) for en samlet omsætning på 16,6 mia. kr. og skabte 21.603 jobs. I perioden mellem 2008-2019 var der en årlig vækst i overnatninger i geografien på 1,8%. Til sammenligning havde hele Danmark en gennemsnitlig vækst på 2,1%.

De seneste år (2015-19) har væksten i turismen dog været højere på landsplan med 3,7% pr. år, mens væksten i hovedstadsregionen uden for københavnsområdet stadig ligger på 1,8%.

Siden 2008 har københavnsområdet oplevet en markant vækst i turismen målt på antallet af overnatninger, hvor der er sket mere end en fordobling i antallet af overnatninger. Den gennemsnitlige årlige vækst i antallet af overnatninger ligger på 6,7% fra 2008-2019. Væksten på nationalt plan og i København og Frederiksberg Kommuner indikerer, at den øvrige del af hovedstadsregionen har et uforløst potentiale.

Alt inden for én time

Turismen i Region Hovedstaden er koncentreret om fire stærke, men til dels adskilte produkter – storbyturismen i og omkring Københavnsområdet, erhvervsturismen, endagsturismen omkring de store attraktioner og kyst- og naturturismen i Nordsjælland. Både storby, natur og kyst kan nås inden for en times kørsel. De gode offentlige og private transportforbindelser mellem København og den øvrige del af geografien gør, at kyst- og naturturismen kan kombineres med storbyturismen på en måde, der skiller sig ud fra kyst- og naturturismen i resten af Danmark. Nærheden til København og Skåne betyder også, at området har et stort og købedygtigt markedsgrundlag.

Variereret overnatningstilbud

Især Nordsjælland har en høj koncentration af sommerhuse, men hele geografiens rige oplevelsesudbud giver - sammen med nærheden til København - grobund for et varieret overnatningstilbud, som giver gode muligheder for kommercielle overnatninger for både feriegæster og erhvervsturismen, der søger ud af København.

Store oplevelser

Geografien indeholder en høj koncentration af oplevelser, både små lokale attraktioner og lokalsamfund og store signaturattraktioner som kunstmuseerne Louisiana og ARKEN, kulturhavnen i Helsingør og verdens ældste forlystelsespark Dyrehavsbakken. De små og store attraktioner suppleres af et udbud af spise- og overnatningssteder i høj kvalitet, eftertragtede badebyer og særlige naturområder.

Højt døgnforbrug

Koncentrationen af oplevelser og det varierede overnatningstilbud betyder, at der i geografien er et højt døgnforbrug blandt feriegæster og en væsentlig endagsturisme – især i kommuner som Helsingør, Hillerød, Fredensborg og Hørsholm. Døgnforbruget for feriegæster ligger i Nordsjælland og Københavns omegn på 1.150 kr., hvilket er markant højere end på resten af Sjælland og øerne og i kyst- og naturturismen generelt.

Centrale must wins

Hvis potentialet i geogrqafien skal indfries, er der således en række centrale udfordringer, som det er afgørende at adressere og imødegå i den fremtidige udvikling af turismen:

Tisvilde Strand - Nordsjælland

Opbygning af nye sæsoner

I dag er turismen, særligt i de nordsjællandske kommuner, koncentreret om en kort sommersæson, der lægger et stort pres på de karakteristiske kystbyer i en kort periode, samtidig med at det er vanskeligt at drive helårsforretning. Badebyerne har hver især deres særegne charme og formår at tiltrække mange, både overnattende og endagsbesøgende i højsæsonen. Der er brug for en bæredygtig vækst i turismen med nye tilbud, aktiviteter og målgrupper - primært uden for højsæsonen, hvor der er plads til flere gæster, og som grundlag for at skabe levende byer og erhverv i en større del af året.

Nye områder i spil

Turismen er i dag koncentreret omkring Nordsjælland, København og de store attraktioner, mens andre dele af geografien ikke i dag er bragt i spil turismemæssigt. Hvis potentialet skal indfries, og geografien samlet skal stå stærkere, er der brug for nye områder i spil, som kan være med til at skabe et stærkere oplevelsestilbud, både til kyst- og storbyproduktet. Med nærheden til København og den veludbyggede infrastruktur, hvor det meste nås inden for en time, og hvor meget er tilgængeligt med tog og offentlig transport, er der grundlag for at bringe nogle af de oplevelser og steder, der i dag primært har lokal appel, i spil og tilgængeliggøre produkter i 'baglandet'.

Kapacitet, der understøtter helårs- og kortferie

Geografien har en mere varieret sammensætning af overnatningsformer, end man ser i mange andre kyst- og naturdestinationer med både feriehuse, hoteller og camping. En stor del af feriehusene lejes dog ikke ud, og der er lav udnyttelse af kapaciteten på hoteller, særligt i de nordsjællandske kommuner. Der er et potentiale til at udvikle de eksisterende tilbud og nogle steder skabe ny kapacitet, som kan bringes i spil, både i høj- og skuldersæsonerne, og som kan understøtte opbygning af mini-destinationer, der kan tiltrække kortferieophold, også uden for højsæsonen.

Fra endagsturisme til kortferie

I flere kommuner står endagsturismen for omkring halvdelen af det samlede turismeforbrug. Endagsturismen skaber omsætning og besøgende, men ofte vil omsætningen være koncentreret ved de store signaturattraktioner og kun i begrænset omfang de omkringliggende lokalsamfund. Der er potentiale til at omsætte en del af endagsturismen til kortere ophold med eller uden overnatning, samtidig med at endagsturismen og dagudflugterne styrkes med nye - naturbaserede - oplevelser.

Tiltrækning af investeringer

Konkurrencen mellem destinationerne er stigende, ikke mindst med Covid-19, som har skabt øget konkurrence om hjemme- og nærmarkederne. Det er afgørende, at der tiltrækkes investeringer til den langsigtede udvikling af turismen i geografien, hvis potentialet skal indfris og geografien skal være konkurrencedygtig. Det kræver, at man i den enkelte kommune og destination arbejder professionelt med at modne og tiltrække investeringer. En forudsætning for at kunne det, er, at der aktivt planlægges for turisme, så der skabes en større investeringssikkerhed, og at der er fokus på at få offentlige og private investeringer til at spille sammen.

Kikhavn - Daniel Overbeck, VisitNordsjælland

PEJLEMÆRKER

Planen for udvikling af turismen i hovedstadsregionen er baseret på de samme pejlemærker for vækst, som ligger til grund for Udviklingsplan for Sjælland og øerne, og som også er i tråd med pejlemærkerne i den seneste nationale strategi for dansk turisme (2016).

Turismen skal bidrage til den grønne og bæredygtige omstilling. De miljømæssige konsekvenser af turismen skal reduceres.

Turismen skal være grundlag for at opretholde levende lokalsamfund med detailhandel, kultur og oplevelser.

Antallet af kommercielle overnatninger skal øges med årligt 3% .

Den samlede omsætning, skabt af turisme, skal øges med 2,25% årligt.

Kvaliteten og døgnforbruget skal øges. Døgnforbruget for feriegæster skal øges med 3% årligt.

Kvaliteten af turistoplevelsen skal løftes og gæstetilfredsheden for turister skal løftes.

UDVIKLINGSPRINCIPPER FOR EN BÆREDYGTIG TURISME

Udviklingsprincipperne sætter retningen for en fremtidig bæredygtig turismeudvikling, der balancerer hensyn til miljømæssig, økonomisk og social bæredygtighed og bidrager til opfyldelsen af FNs verdensmål for bæredygtig udvikling. Det gælder særligt mål 8. Anstændige jobs og økonomisk vækst, 11. Bæredygtige byer og lokalsamfund, 15. Livet på land og 17. Partnerskaber for handling.

Udviklingsprincipperne fungerer som et filter, som kommuner, destinationsselskaber, erhverv og øvrige aktører kan prioritere fremtidige indsatser, tiltag og projekter ud fra.

Udviklingsprincipperne har generel relevans for kyst- og naturturismen og har således også været anvendt målrettet i forbindelse med Udviklingsplan for Vestkysten (2018) og Udviklingsplan for Sjælland og øerne (2020).

Koncentrer udviklingen – skab kritisk masse
Koncentrer udviklingen af turismen omkring udvalgte kraftcentre, hvor overnatning, oplevelser og services udbygges og fortættes.

Beskyt og benyt
Bevar den milde og indbydende natur, kyster og fortidsminder og tilgængeliggør og sæt dem i spil uden at gå på kompromis med natur- og kulturværdierne.

Øg kvaliteten
Øg kvaliteten hele vejen rundt , både i bymiljøer, oplevelser, overnatningssteder, spisesteder, fødevarer og services.

Styrk de lokale særkender og kvaliteter
Styrk de lokale særkender og kvaliteter på Sjælland og øerne og skab en klar rollefordeling og specialisering mellem de enkelte steder.

Tænk i flere sæsoner
Udvikl oplevelsesudbuddet og sammentænk faciliteter, så det samme sted kan rumme flere forskellige målgrupper på forskellige tidspunkter.

Sammentænk investeringer – skab en positiv spiral
Sammentænk investeringer, så offentlige og private midler går hånd i hånd, og så investeringer kommer både borgere og turister til gavn.

KAPITEL 3

KRAFTCENTRE
OG MULIGHEDSOMRÅDER

UDPEGNING AF KRAFTCENTRE OG MULIGHEDSOMRÅDER

Hele hovedstadsregionen skal have større del i den vækst i turismen, som er sket i københavnsområdet og i hele landet, samtidig med at udviklingen i turismen i hele geografien skal ske på et bæredygtigt grundlag i balance med lokalsamfund og borgere.

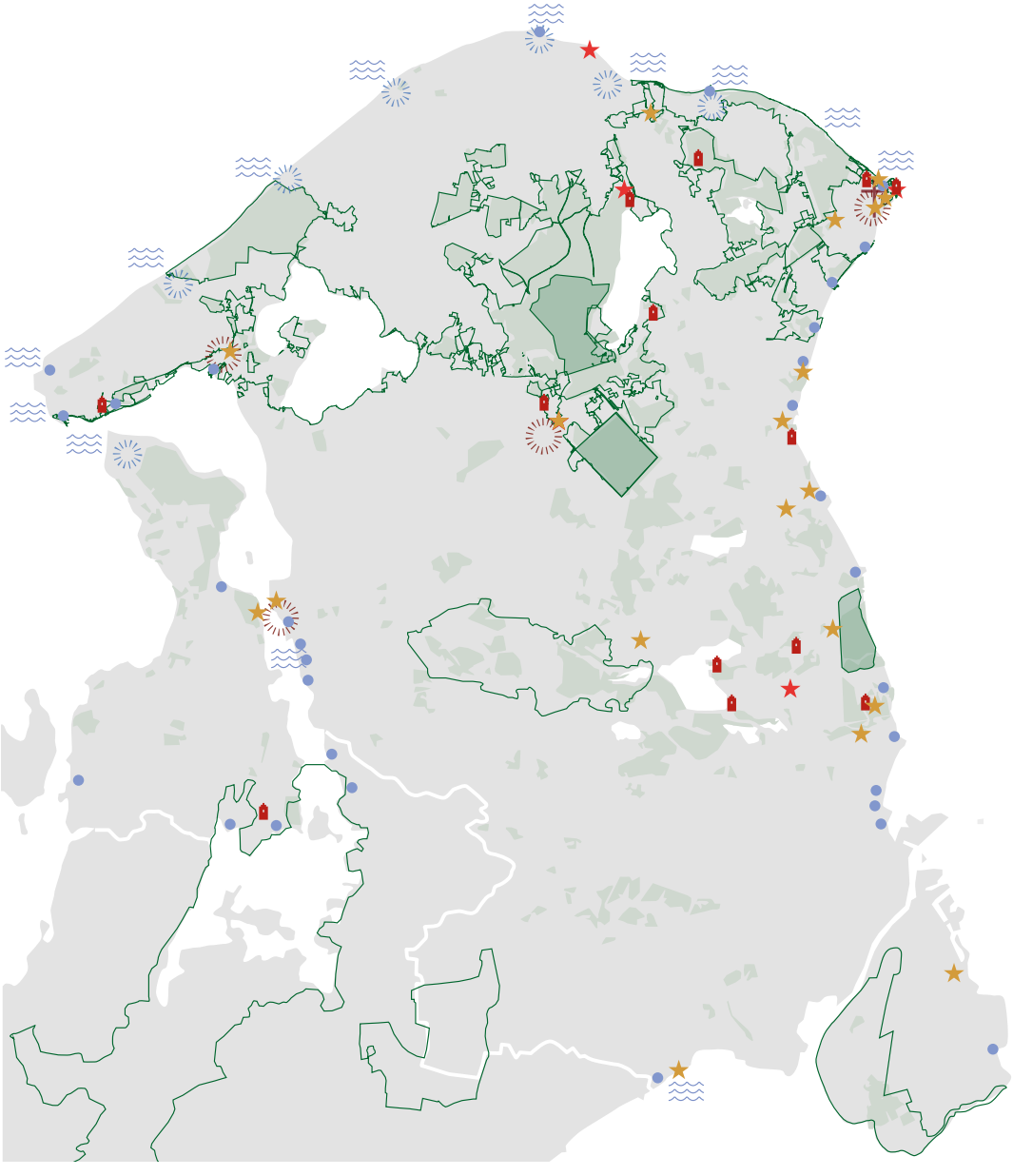
Geografien skal i endnu højere grad opleves som en samlet destination med et endnu stærkere produkt, der kombinerer kyst- og naturturismen med storbyturismen og breder turismen ud i tid og sted. Hvis der skal ske en yderligere vækst i turismen i geografien, bør der fokuseres på at videreudvikle de steder, hvor turismen allerede er veletableret, og på at modne de steder, hvor der er en spirende udvikling i gang. En udvikling og prioritering udvalgte steder vil fungere som katalysator for en bæredygtig vækst i turismen i hele geografien - og i sammenhæng med resten af Sjælland og øerne.

Udviklingen bør koncentreres i stærke kraftcentre, som med styrket overnatningskapacitet, kritisk masse og bedre sammenhæng i værditilbuddene kan blive endnu mere markante feriedestinationer. Kraftcentrene skal ikke kun drive sig selv, men skal løfte hele geografien gennem øget tiltrækning af turister, øget mobilitet og oplevelsessammenhænge mellem kraftcentre og de omkringliggende byer og steder.

På baggrund af en analyse af kritisk masse, forstået som antal overnatninger, omsætning, kapacitet og oplevelser, er der identificeret et kraftcenter i geografien, samt en række mulighedsområder. Mulighedsområderne er karakteriseret ved, at turismen i dag ikke er så udviklet i området, men at de har potentiale til på sigt at udvikle tilbud og områder, som kan understøtte et stærkere og mere differentieret værditilbud.

Hvad er et kraftcenter

Kraftcentrene er prioriterede steder i forhold til at løfte den nationale målsætning om at skabe vækst og øget værdi fra turismen. Kraftcentrene skal bidrage til at koncentrere udviklingen og bl.a. herigennem skabe den kritiske masse, der er nødvendig for at udvikle destinationer og udflugtsmål, der kan leve hele året, og som kan tiltrække både nationale og internationale turister. Og dermed være grundlag for et styrket erhvervsliv og et mere robust arbejdsmarked.



Stor koncentration af oplevelser

Geografien er karakteriseret ved at rumme et stort udbud af oplevelser i form af stærke kystbymiljøer, gode badestrande, særlige naturområder, markante attraktioner og UNESCO-udpegninger. Ser man på, hvordan oplevelserne placerer sig, tegner der sig en række tydelige koncentrationer:

Langs den nordsjællandske kyst er en koncentration af oplevelser. Her ligger de kendte og levende badebyer på en perlerække og byder på hyggelige bymiljøer, havnestemning, blå flag strande, shopping og restaurantoplevelser. De store kulturattraktioner i Helsingør og Nationalpark Kongernes Nordsjælland spreder sig over meget af Nordjælland og rummer både natur- og kulturarv, de kendte slotte og mange muligheder for outdoor og natur- og kulturoplevelser.

I et bånd fra Dyrehaven over Furesø og langs Mølleåen er der ligeledes en koncentration af oplevelser i form af særlig natur, attraktioner og slotte.

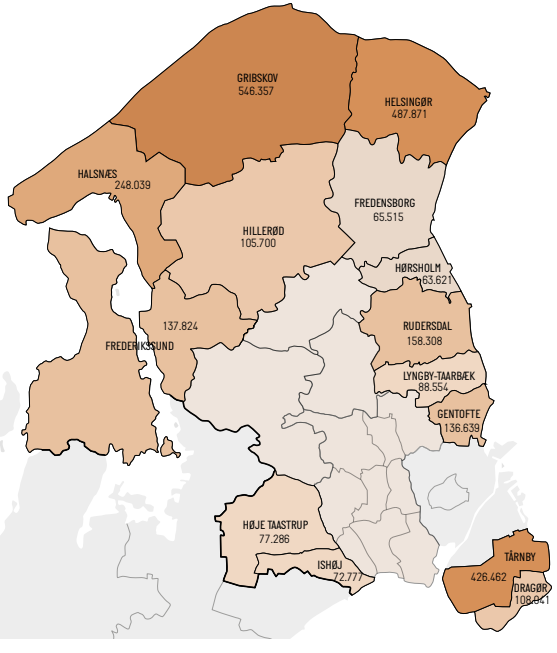
Også langs Amagers kyst og Køge Bugt er der en vis koncentration af oplevelser i form af det historiske bymiljø i Dragør, naturparken, strandparken, de rekreative områder og kunstmuseet Arken.

- Havne
- Badebyer
- Blå flag strande
- Særlige natur- og kulturområder
- Slotte og herregårde
- Skov
- Købstæder
- Attraktioner

Stor variation i turismen

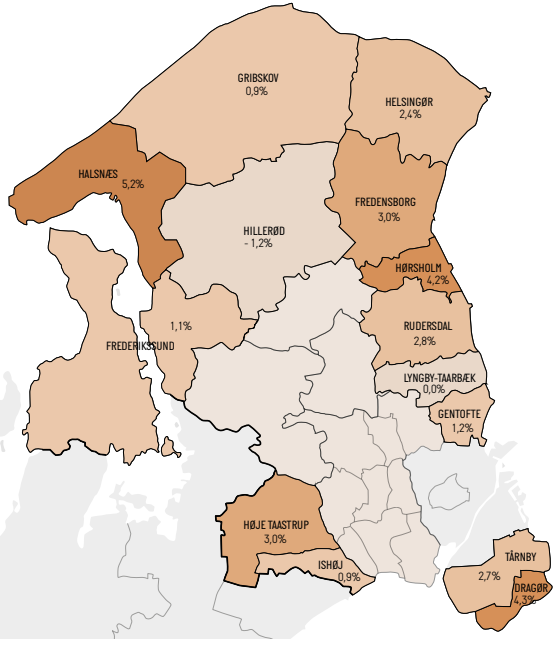
Der er stor variation i, hvor stor en rolle og betydning turismen spiller i de enkelte kommuner. Som kortene viser er der en koncentration af turismen i de nordsjællandske kommuner, både målt på overnatninger og turismeforbrug, mens en del kommuner har meget lidt turisme i dag.

Kommercielle overnatninger



Målt på antal kommercielle overnatninger er turismen koncentreret i Gribskov Kommune efterfulgt af Helsingør og Tårnby kommuner.

Årlig vækst i kommercielle overnatninger



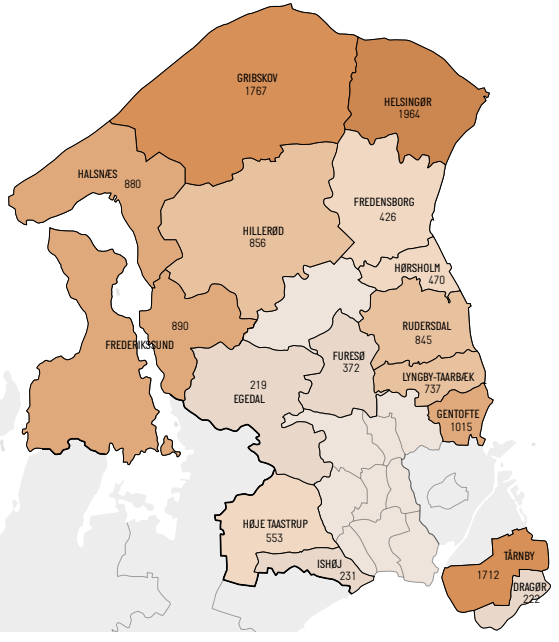
Den gennemsnitlige årlige procentuelle vækst i kommercielle overnatninger fra 2015-2019 er størst i Halsnæs, Dragør og Hørsholm kommuner.

International appel i dag

Målt på antal overnatninger er Gribskov, Helsingør og Tårnby kommuner de kommuner, der har størst internationale appel.

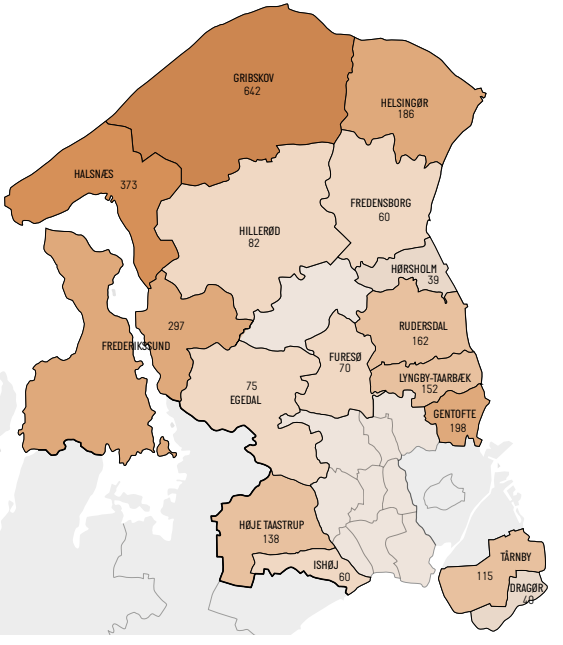
Tårnby Kommune repræsenterer et højt antal overnatninger, internationale turister, og turismeforbrug, som er en del af det samlede storbyprodukt og behandles derfor i denne sammenhæng som en del af storbyturismen i Københavnsområdet.

Turismeforbrug, samlet (mio. kr.)



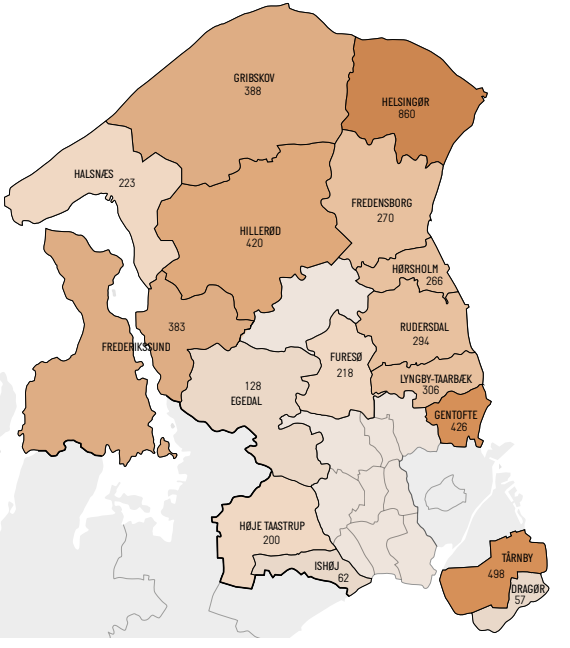
Målt på forbrug inden for kommercielle og ikke-kommercielle overnatninger samt endagsrejsende, er turismen koncentreret i Helsingør Kommune, efterfulgt af Gribskov og Tårnby kommuner.

Turismeforbrug, ikke-kommercielle overnatninger (mio. kr.)



Målt på forbrug inden for ikke-kommercielle overnatninger er turismen koncentreret i Gribskov Kommune, efterfulgt af Halsnæs og Frederikssund, hvilket afspejler den store koncentration af feriehuse i disse kommuner.

Turismeforbrug, endagsturisme (mio. kr.)

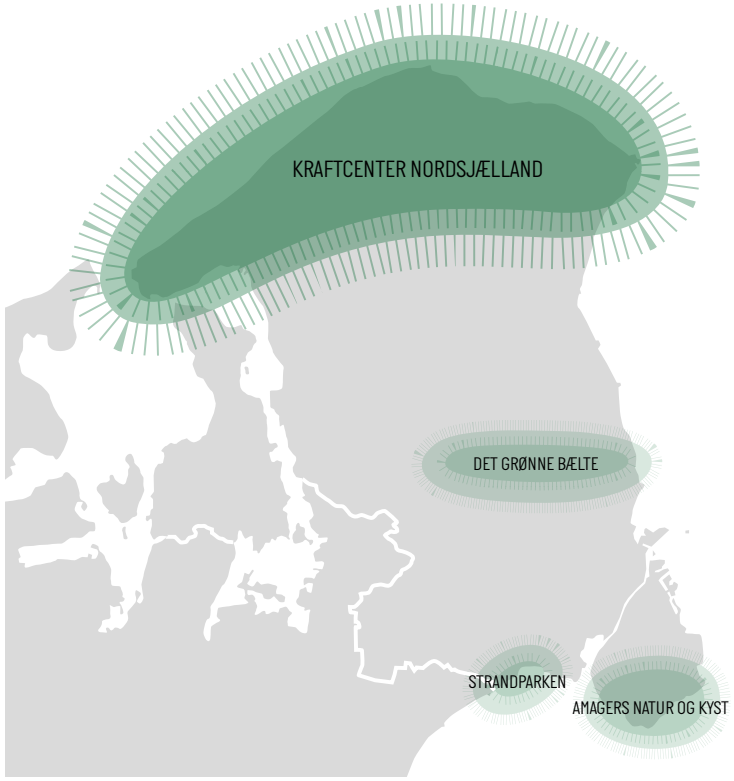


Målt på turismeforbrug er endagsturismen koncentreret i Helsingør Kommune, efterfulgt af Tårnby, Gentofte, Hillerød, Gribskov og Frederikssund.

Der er indhentet data for de 16 kommuner, hvor turismen har størst betydning.
De øvrige kommuner i Region Hovedstaden er der ikke indhentet data fra.
KILDE: VisitDenmark (2020), Turismens økonomiske betydning 2018

Kraftcenter Nordsjælland

Nordsjælland er allerede i dag et kraftcenter med en stor koncentration af overnatningskapacitet, stærke attraktioner, kendte byer og badebyer med høj kvalitet, særlig natur og mange overnatninger og endagsgæster. Her finder man de veletablerede nordsjællandske badebyer Hornbæk, Gilleleje, Tisvildeleje og Liseleje, havnebyen Hundested og områder, som er under udvikling som Lynæs og Kulhuse. Omkring Helsingør, Hillerød og Humlebæk er der en stor koncentration af oplevelser og signaturattraktioner, som tiltrækker mange besøgende og har international appel. Hvor Helsingør allerede i dag er en veludbygget destination med både endagsturisme, erhvervsturisme og kommercielle overnatninger, er værdikæden i Hillerød og Humlebæk mindre udviklede. Endelig sker der med hele Nationalpark Kongernes Nordsjælland en udbygning af oplevelser og services i området, der bringer baglandet meget mere i spil og med potentiale til at udvikle nye sæsoner.



Mulighedsområder

I Københavns omegn er en række områder, som har potentiale til at udvikles med turisme for øje og som et supplement til københavnsområdets tilbud. Her skal der være fokus på at udvikle oplevelser og services og at sætte områderne på landkortet hos storbyens borgere og turisters som oplagte udflugtsmål. Det indebærer også, at sammenhængen til København dyrkes.

Det grønne bælte

Det grønne bælte fra Dyrehaven og ind i landet langs Mølleåen og Furesø er den bynære naturoplevelse med muligheder for rekreation, outdooraktiviteter, kultur og historie. Dyrehaven er i dag en kendt attraktion, mens den øvrige del af det grønne bælte i højere grad er et lokalt udflugtsmål.

Strandparken

Strandparken og de rekreative områder langs Køge Bugt tiltrækker allerede mange borgere fra københavnsområdet, og til kunstmuseet Arken kommer gæster fra hele Danmark og udlandet. I de kommende år udvikles området yderligere, når det med den planlagte letbane kobles op på københavnsområdet på en ny måde. Her er potentiale til at udvikle den bynære kyst og den moderne kunst med Arken i spidsen til i højere grad at være et turismeprodukt til nationale og internationale gæster.

Amagers natur og kyst

På Amager udgør Dragør – som den mest bynære kystby – allerede i dag med sin historiske bymidte og charmerende havnemiljø et yndet udflugtsmål for turister og borgere fra københavnsområdet. Samtidig har Naturpark Amager potentiale til bynære naturoplevelser, der kun er en cykel eller metrotur væk, og parken udvikles i disse år med nye faciliteter. Amagers natur og kyst har potentiale til at supplere københavnsområdets øvrige tilbud.

Frederikssund Kommune indgår i Destination Fjordlandet, som er omfattet af Udviklingsplan for Sjælland og øerne. Her er udpeget et oplevelsesmæssigt kraftcenter omkring Roskilde/Fjordlandet.

Esrum Kloster - Esrum Abbey, VisitNordsjælland

KAPITEL 4

SPECIALI-SERINGER

STÆRKE SPECIALISERINGER

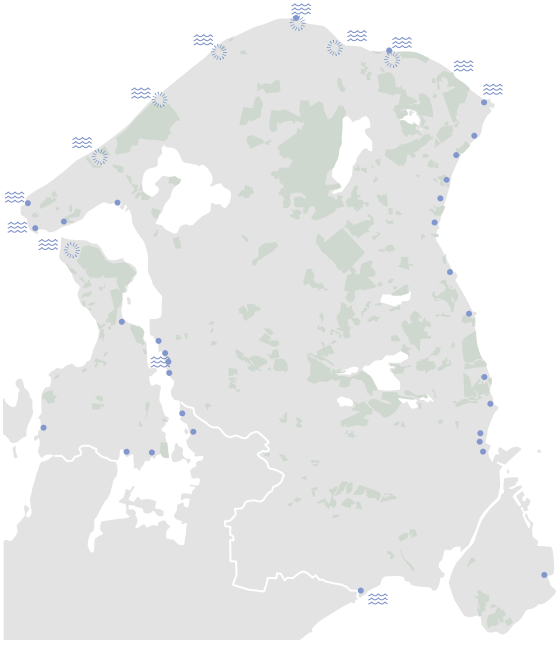
I geografien er der i dag en række stærke hovedfortællinger, som er bundet op på områdets signaturattraktioner. Der bør arbejdes med tematiske specialiseringer med afsæt i de eksisterende kvaliteter. Specialiseringerne skal understøtte geografiens eksisterende appel og bidrage til at løfte de dele af geografien, som i dag er mindre kendte. Specialiseringerne bør samtidig danne afsæt for en stærkere rollefordeling internt i geografien - og i sammenhæng med resten af Sjælland – for at udvikle stærkere oplevelsessammenhænge på tværs af geografien.

Markante must-sees – oplevelser, naturområder, historiske seværdigheder, attraktioner mm. skal understøtte specialiseringer og både tiltrække turister og borgere fra hovedstadsområdet og internationalt, men også øge mobiliteten blandt turisterne internt i geografien, så de bevæger sig i en større radius end det helt nære lokalmiljø ved det enkelte feriested.

Udviklingsplan for Sjælland og øerne

I Udviklingsplan for Sjælland og øerne er der formuleret fire stærke specialiseringer, der skal formidle, synliggøre og styrke hele den sjællandske geografis differentierede turismeudbud, og som skal danne afsæt for markedsføring på tværs af flere destinationsselskaber, hvor forskellige tilbud og produkter kan koncentreres i fire stærke fortællinger. Fortællingerne skal skabe grundlag for prioritering af udviklingsindsatser, målgrupper og koncepter. De fire tematiske specialiseringer er: Det rekreative åndehul, Naturens nærvær, Historien om Danmark og Det moderne Danmark. De fire tematiske specialiseringer er her anvendt på hovedstadsregionen, og tilpasset denne geografi og det oplevelsesudbud, som er særligt for den.

LYNÆS SURFCENTER, foto: Cornelius Ledang, VisitDenmark



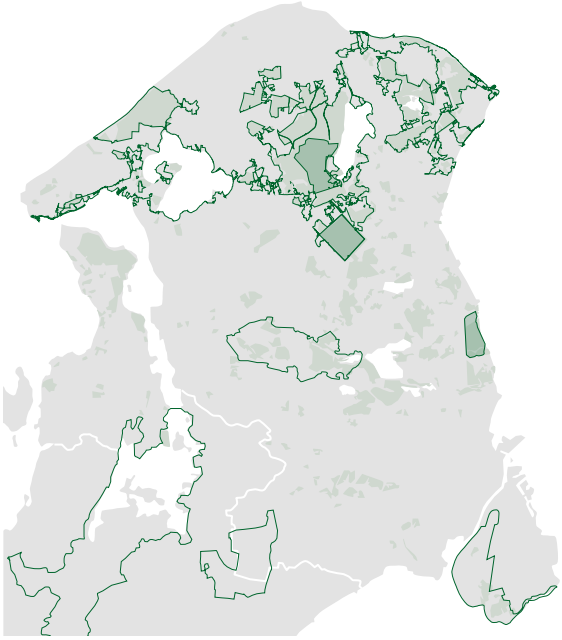
Tisvilde - Daniel Overbeck, VisitNordsjælland

Gilleleje Havn - Tine Uffelmann, VisitNordsjælland

Havne
Badebyer
Skov
Strande

Det rekreative åndehul

Geografien kendetegnes af de lange kystrækninger og rummer et væld af oplevelser. Op langs kysten nord for København møder man hyggelige og smukke havnemiljøer og rolige sommerhusområder med smukke badestrande langs Sjællands nordkyst, som ved kystbyerne Hundested, Liseleje, Tisvildeleje, Gilleleje og Hornbæk, og det helt særlige fjordlandskab mod rekreative aktiviteter mod vest. Her er mulighed for at komme væk fra storbyen og helt ned i gear gennem et længere ophold ved kysten, hvor afslapning kan kombineres med oplevelser i små lokalsamfund, kvalitetsbevidste gårdbutikker og spisesteder og autentiske havnemiljøer.



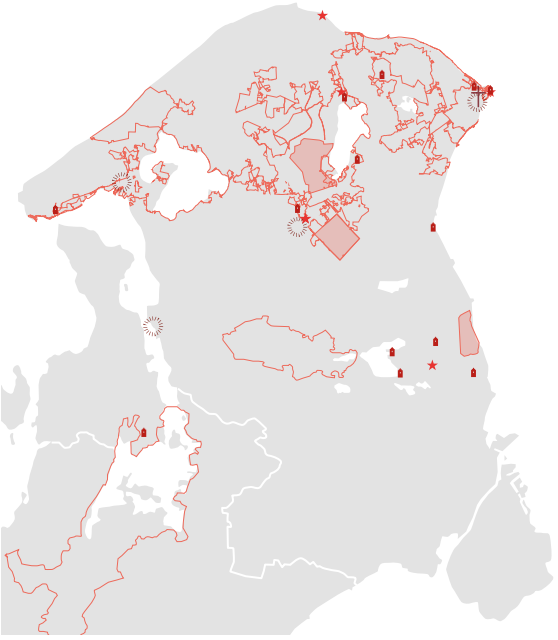
Vinderød Skov - Daniel Overbeck, VisitNordsjælland

Furforce - Lyne Kayor, VisitNordsjælland

Skov
Særlige naturområder
UNESCO

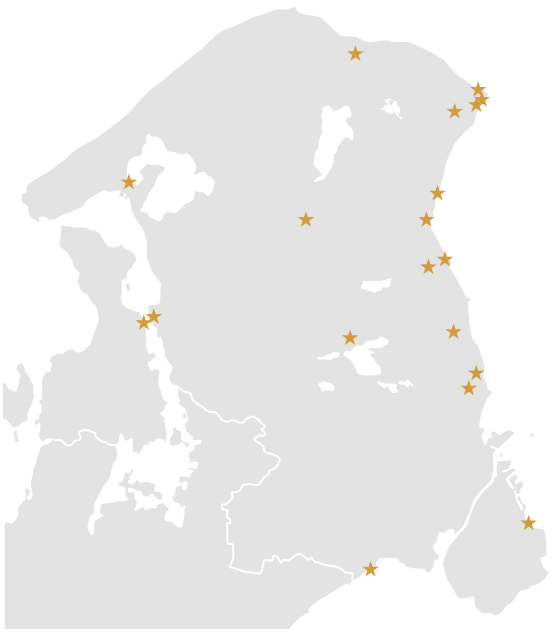
Naturens nærvær

Geografien rummer, trods nærheden til storbyen, store områder med helt særlige naturoplevelser. Nationalpark Kongernes Nordsjælland strækker sig som Danmarks næststørste nationalpark over naturområder som Gribskov, Esrum Sø, Arresø, Tisvilde Hegn og Rusland, der tilbyder et væld af forskellige naturoplevelser. Ved Hornsherred finder man Nationalpark Skjoldungernes Land mod syd, hvor det særlige fjordlandskab og bl.a. dets rige fugleliv kan opleves. Begge områder byder på et fintmasket net af vandre- og cykelruter og ridestier, og hvor Danmarks kulturhistorie samtidig taler sit tydelige sprog. Blot et stenkast fra København er naturens nærvær også at opleve. Her findes eksempelvis Dyrehaven, Naturpark Amager, Naturpark Hedeland og Naturpark Mølleåen, hvor der er udsyn og bynær natur som en kontrast til storbylivet.



Kraudværket - Marianne Lund Ulvén, VisitNordsjælland

St. Dyrehave - Flydyrfilm, VisitNordsjælland



BAKKEN - Dorte Hvamb, Visit Copenhagen

ARKEN Museum for Moderne Kunst - Emma Thundo

Domkirker
Slotte og herregårde
Særlige natur- og kulturområder
Købstæder
Attraktioner
UNESCO
Attraktioner, jf. VisitDenmarks attraktionsliste

Historien om Danmark

En stor del af danmarkshistorien er blevet skrevet og har efterladt sig sine tydelige spor i geografien – fra stenalderen og frem til i dag. Især historien om kirken og kongens magt og indflydelse fortælles gennem landskabet og storslåede slotte. Historien kan f.eks. opleves ved Esrum Kloster, Gurre Slotsruin, Frederiksborg Slot i Hillerød, det UNESCO-udpegede verdensarv parforcejagtlandskabet, hvor kongehuset drev jagt og ved Fredensborg Slot, som kongefamilien stadig bruger ofte den dag i dag. På Kronborg Slot og Helsingør Havn kan Danmarks position som handelsmagt opleves, langs Møllebæk ses spor af industriens produktion og Danmarks ældste fabriksby Frederiksværk emmer af kulturhistorie.

Det moderne Danmark

Geografien har et væld af kunst- og kulturoplevelser for alle aldre og interesser. Louisiana i Humlebæk og ARKEN i Ishøj er internationalt anerkendte kunstmuseer med moderne kunstudstillinger i verdensklasse, og geografien rummer også mindre malerisamlinger og gallerier. På M/S Museet for Søfart i Helsingør formidles Danmarks søfartshistorie, i Den Blå Planet i Tårnby kan hele familien få indblik i verdens dyreliv under vand, og ved Dyrehavsbakken – verdens ældste forlystelsespark – er der forlystelser, revy og koncerter i smukke omgivelser hele sommeren.

Rusland, Rudolf Tegners Museum – Henrik Sylvest, VisitNordsjælland

KAPITEL 5

INDSATSER
OG TILTAG

Indsatser og tiltag

Planen for udvikling af turismen i geografien peger på fem indsatsområder med i alt 14 tiltag, hvor der skal sættes ind, hvis potentialet i geografien skal indfris:

1. Stærke kraftcentre
2. Større oplevelsesværdi
3. Bæredygtig kapacitetsudvikling
4. Bedre adgang og mobilitet
5. Øget kendskab

De foreslåede indsatser og tiltag tager afsæt i Udviklingsplan for Sjælland og øerne fra august 2020, men er justeret og tilpasset den lokale geografi og de lokale forudsætninger. Nogle af tiltagene bidrager til at realisere visionen og ambitionen om vækst på den korte bane, mens andre bidrager til en realisering på den lange bane.

Det første indsatsområde er fokuseret på udvalgte, prioriterede områder i geografien. Det drejer sig om det såkaldte kraftcenter og mulighedsområder. De øvrige to indsatsområder er tværgående tiltag, som har et mere bredt fokus på hele geografien.Mange af tiltagene kræver, at der løftes på tværs af kommuner, destinationsselskaber, erhvervet, lodsejere, fonde, investorer og andre aktører. Andre tiltag skal løftes af de enkelte aktører.

INDSATSOMRÅDER	TILTAG
1 **Stærke kraftcentre**	1. Udvikling af kraftcenter Nordsjælland 2. Prioritering og udvikling af mulighedsområder 3. Udviklingsplaner for stærke kraftcentre og mulighedsområder
2 **Større oplevelsesværdi**	4. Udvikling af cykelturisme og cykelinfrastruktur 5. Forretningsudvikling inden for outdoor-turisme 6. Styrke værtskabet og de lokale oplevelser 7. Videreudvikling af signaturattraktioner
3 **Bæredygtig kapacitetsudvikling**	8. Mere liv i sommerhusene 9. Omdannelse af eksisterende campingpladser 10. Transformation af eksisterende hoteller og etablering af nye hoteller
4 **Bedre adgang og mobilitet**	11. Styrket samarbejde mellem transport og turisme 12. Tiltrækning og udvikling af nye transportformer
5 **Øget kendskab**	13. Udvikling af tematiske og sammenhængende oplevelser 14. Målrettet fælles markedsføringsindsats

INDSATS 1

STÆRKE KRAFTCENTRE

Der er brug for at prioritere og investere i at videreudvikle det eksisterende kraftcenter i Nordsjælland med fokus på at skabe en bæredygtig vækst i turismen, der bringer flere dele af geografien i spil og på flere tidspunkter af året, binder attraktioner, services og overnatning sammen og skaber grundlag for levende lokalsamfund hele året og tiltrækning af investeringer. Samtidig er der potentiale til at udvikle turismen i de mulighedsområder med særlige natur- og kystkvaliteter, som ligger i tilknytning til København. Disse har potentiale til at supplere københavnsområdets storbyturismetilbud.

Helsingør - Daniel Overbeck - VisitNordsjælland

Dragør by - Astrid Maria Rasmussen, Wonderful Copenhagen

Kraftcentre er prioriterede steder, som spiller en særlig rolle i forhold til at løfte den nationale målsætning om at skabe vækst og øget værdi fra turismen og tiltrække nye investeringer i kommerciel overnatningskapacitet. Det handler om at koncentrere udviklingen, der hvor der i forvejen er en koncentration af overnatninger og oplevelser, og på den måde sikre den kritiske masse, som er nødvendig for at kunne udvikle en destination, der lever hele året.

Kraftcentrene skal fungere som vækstmotorer for udviklingen i hele geografien ved at løfte byer og samle attraktioner i et samlet værditilbud, som kan tiltrække både nationale og internationale gæster.

Med udpegningen til kraftcenter forudsættes, at den enkelte kommune og destinationsselskab prioriterer kraftcenteret. De enkelte kommuner bør gå forrest og vægte udviklingen af turisme i planlægningen og gennem offentlige investeringer, så kraftcentrenes potentialer kan realiseres allerede på kort sigt og danne grundlag for erhvervsudvikling og nye investeringer.

Mulighedsområder er områder, der rummer et særligt potentiale til at understøtte turismen i geografien. Udviklingen skal tage udgangspunkt i de stedbundne ressourcer – naturen, kultur og bygningsarv - og bidrage til en bæredygtig turismeudvikling i hele hovedstadsregionen og være med til at skabe et endnu bredere værditilbud i storbyoplevelsen.

Udviklingen af kraftcentre og mulighedsområder bør ske på baggrund af et fælles databaseret vidensgrundlag på tværs af kommunerne og destinationsselskaberne, som kan skabe større indsigt i turisternes færden og en mere målrettet markedsføring, produktudvikling og placering af fremtidige investeringer.

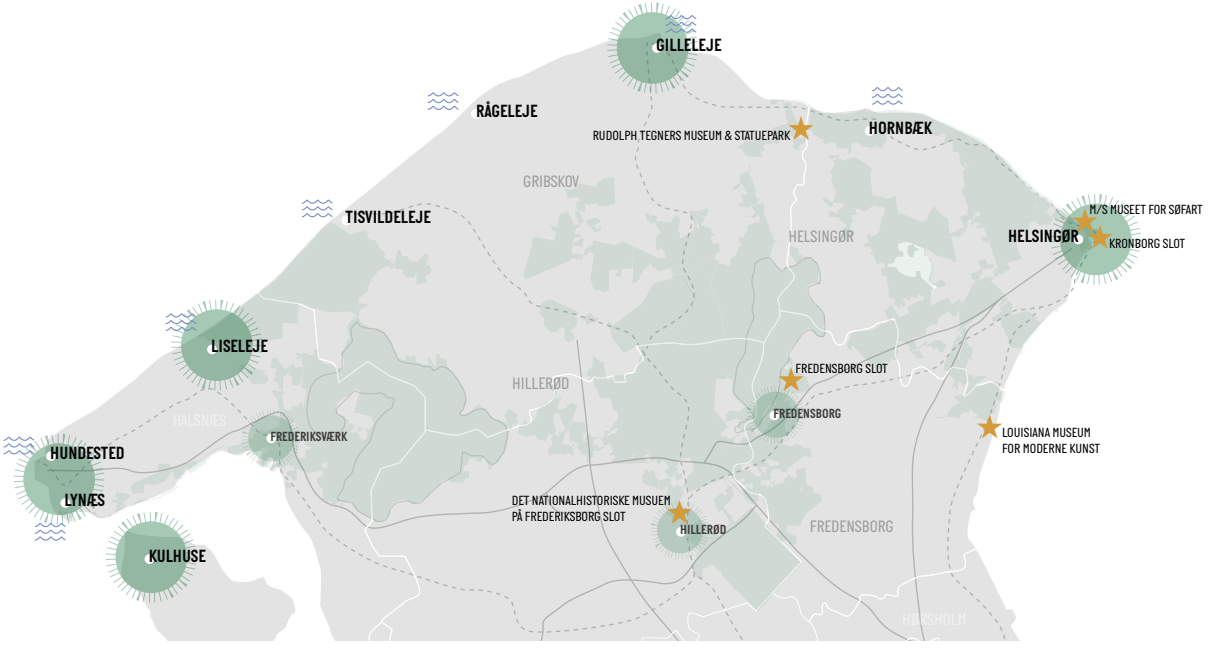
TILTAG

Udvikling af kraftcenter Nordsjælland

Kystbyerne langs den nordsjællandske kyst Tisvildeleje, Gilleleje, Hornbæk, Liseleje og Hundested er allerede i dag veletablerede feriesteder med hyggelige bymiljøer, oplevelser, restauranter, butikker og overnatning. Byerne har gennem de seneste år arbejdet med at differentiere deres profil, så man i dag har en fin perlerække af forskelligartede byer, der i sig selv er udflugtsmål.

Fokus skal være på at løfte området fra primært at være en sommerdestination til i højere grad at være en helårsdestination med flere udenlandske overnatninger. Det handler om at skabe en bæredygtig udvikling i turismen, som opbygger flere sæsoner og tiltrækker nye målgrupper fra ind- og udland – og dermed grundlag for byer, erhverv og lokalsamfund, der lever hele året og øger grundlaget for at tiltrække investeringer. Fokus i højsæsonen er på at bringe flere steder og oplevelser, hvor der er plads til at udvikle turismen, i spil, så oplevelsen, infrastruktur og lokalsamfund kan følge med.

Fokus i området er dels på at fortsætte den positive udvikling og differentiering af badebyernes profil, tilbud og målgruppe, som blev igangsat med potentialeplanerne. Ligeledes er der brug for at arbejde med den fysiske planlægning for turismen – infrastrukturen, trafikafviklingen, mulige placeringer af ny overnatningskapacitet, mm. I nogle byer er der plads til ny kapacitet, mens det andre steder handler om at omdanne eksisterende.



Der bør være fokus på at videreudvikle Helsingør og Gilleleje, der i forvejen er stærke byer, som allerede lever hele året, og som kan styrkes med ny kapacitet, oplevelser og services og i endnu højere grad koble overnatning, bespisning og oplevelser sammen.

Liseleje, Hundested/Lynæs og Kulhuse er alle byer, der har et udviklingspotentiale, som stadig skal forløses. De tre byer befinder sig på forskellige stadier – og skal udvikles derudfra. I Hundested er der bl.a. brug for at udvikle varieret overnatningskapacitet, der kan understøtte de oplevelsestilbud, spisesteder, mm., som er udviklet i byen i de senere år, og for at løfte den eksisterende kapacitet.

Der bør arbejdes med at realisere nationalparkens potentiale til at tiltrække nye målgrupper og skabe nye sæsoner, og de stærke attraktioner, der i dag tiltrækker mange besøgende, skal bindes sammen med andre oplevelser, services og overnatning, så der er grundlag for at konvertere endagsturisme til kortferier og tappe ind i det voksende marked for getaways og korte ophold. Byerne i baglandet - Fredensborg, Hillerød og Frederiksværk - kan spille en endnu større rolle for handel, service og oplevelser til hele geografien og deres forskellighed og karakter bør løftes og videreudvikles.

HVORNÅR: 2021-2025

HVEM: Kommuner og destinationsselskaber i samarbejde med erhverv, attraktioner, organisationer, grundejere, borgere, m.fl.

HVORDAN: Prioritering og udvikling af kraftcentret indgår i kommunernes planlægning og prioritering af midler. Destinationsselskaberne igangsætter og understøtter relevante projekter og prioriterer søgning af puljer og midler til turismefremme til udvikling af kraftcentret.

TILTAG

Prioritering og udvikling af mulighedsområder

Det grønne bælte lidt nord for København, strandparken ved Køge Bugt og kysten og naturen på Amager er mulighedsområder, som har potentiale til at udvikle turisme i tilknytning til København. Udviklingen skal ske med afsæt i de enkelte områders særegne karakter og være med til at lægge endnu et oplevelseslag på det stærke storbyturismeprodukt, som København tilbyder. Der bør arbejdes med forbindelserne til og fra Købehavn, både med offentlig transport og cykel.

HVORNÅR: 2021-2025

HVEM: Kommuner og destinationsselskaber i samarbejde med erhverv, attraktioner, organisationer, grundejere, borgere, m.fl.

HVORDAN: Prioritering og udvikling af mulighedsområdet indgår i kommunernes planlægning og prioritering af midler. Destinationsselskaberne igangsætter og understøtter relevante projekter, herunder prioriterer søgning af puljer og midler til turismefremme til udvikling af mulighedsområderne.

Dyrehaven - Daniel Rasmussen, Wonderful Copenhagen

Mølleåen - Sebastian Himmelstrup, Wonderful Copenhagen

Det grønne bælte – Furesø, Mølleåen og Dyrehaven

De grønne områder omkring Mølleåen, Dyrehaven og Furesø lidt nord for København former sig i et grønt bælte og har et potentiale inden for bynær natur, afkobling og outdoor. Her er en stærk fortælling og muligheder for mange oplevelser for forskellige målgrupper. Området er let tilgængeligt med gode S-togsforbindelser. Med undtagelse af Dyrehaven har det grønne bælte i dag primært lokal appel. Områdets potentiale er i dag ikke formidlet, og der mangler generel turismeinfrastruktur til at indfri det. Der er brug for at udvikle services og oplevelser med et turismemæssigt sigte og understøtte forretningsudvikling inden for outdoor. Ligeledes bør der arbejdes med at synliggøre og udvikle forbindelsen til og fra København, så de opfattes som en del af storbyens samlede turismeprodukt.

Strandparken

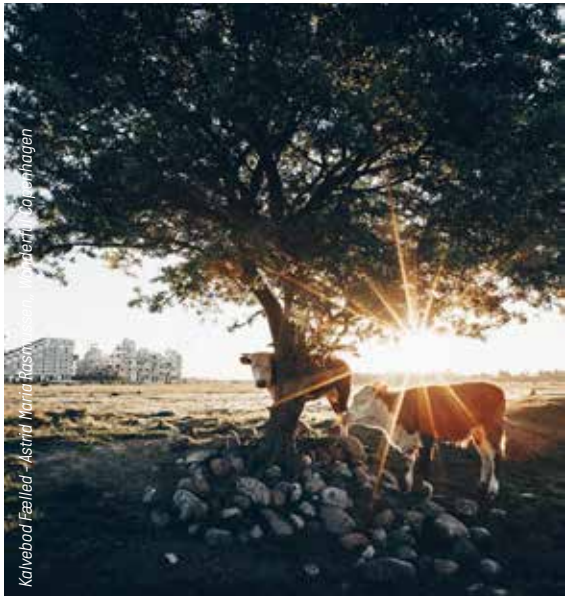
Strandparken og de rekreative områder langs Køge Bugt tiltrækker allerede mange fra københavnsområdet. Til Kunstmuseet Arken kommer gæster fra hele Danmark og udlandet, og De Glemte Kæmper er populære udflugtsmål i skovene. I de kommende år udvikles området yderligere, når det med den planlagte letbane bliver koblet op på københavnsområdet på en ny måde. Her er potentiale til at udvikle den bynære kyst og den moderne kunst med Arken i spidsen til i højere grad at være et turismeprodukt til nationale og internationale gæster. Det kræver, at der er fokus på at skabe et stærkt produkt og brand, som skiller området ud fra de øvrige tilbud i hovedstadsområdet og skaber en positiv fortælling. Det kræver også, at kendskabet til området øges hos både lokale borgere i København og turister.

Ishøj Stranspark - Ishøj Turistbureau

ARKEN Museum for moderne kunst - Emma Thumbo

Kyst og natur på Amager

På Amager udgør Dragør – som den mest bynære kystby – allerede i dag med sin historiske bymidte og charmerende havnemiljø et yndet udflugtsmål for turister og borgere fra københavnsområdet. Samtidig udgør Naturpark Amager et potentiale til bynære natur- og outdooroplevelser, der kun er en cykel- eller metrotur væk, og naturparken udvikles i disse år med nye faciliteter, senest med vandreruten Amarminoen. Amagers natur og kystkultur har potentiale til at supplere københavnsområdets øvrige tilbud. Her kan udvikles produkter og oplevelser med tilknytning til kysten og den bynære natur. Muligheden for at cykle fra Københavns centrum langs Amagers kyst spiller ind i Københavns profil som bæredygtig storby. Oplevelsesbåndet langs Amagers kyst binder også, via cykelsti, dette område sammen med strandparken ved Køge Bugt. Det er i dag ikke er et turismeprodukt, men har - med den rette synlighed og produkter - et potentiale til at binde de to områder sammen.


Kalvebod Fælled - Astrid Maria Rasmussen, Visiter.com/Copenhagen

TILTAG

Udviklingsplaner for stærke kraftcentre og mulighedsområder

Der bør igangsættes udarbejdelse af konkrete og fokuserede udviklingsplaner i de udpegede områder, som sætter en fælles retning for udviklingen, og viser, hvordan det samlede areal skal udvikles og disponeres. Planerne skal sikre en bæredygtig turismeudvikling i det enkelte kraftcenter i tråd med udviklingsprincipperne. Og sikre politisk prioritering samt være grundlag for at arbejde strategisk med planlægning og realisering af offentlige investeringer, fremme private investeringer i overnatning og oplevelser samt modne kapacitetsprojekter gennem investordialog.

HVORNÅR: 2021-2022

HVEM: Kommuner og destinationsselskaber

HVORDAN: Den enkelte kommune definerer sammen med det relevante destinationsselskab fokus og nedslag for de enkelte planer. Dette kan eventuelt ske i dialog med Dansk Kyst- og Naturturisme.

INDSATS 2

STØRRE OPLEVELSESVÆRDI

Naturen og kulturen skal bringes endnu mere i spil. Områdets mange små og store oplevelser skal synliggøres og gøres tilgængelige for turisterne gennem øget kommunikation, pakketering og produktudvikling. Det skal være nemt for borgere og turister at komme ud og bruge naturen. Nye områder og oplevelser skal bringes i spil på nye tider af året. Naturen og kulturen kan være grundlag for at udvikle produkter og events, der opbygger nye sæsoner og spreder turismen i højsæsonen.

Esrum sø - Daniel Overbeck, VisitNordsjælland

Geografien rummer, trods nærheden til storbyen, store områder med helt særlige natur- og kulturoplevelser. Nationalpark Kongernes Nordsjælland strækker sig som Danmarks næststørste nationalpark over naturområder som Gribskov, Esrum Sø, Arresø, Tisvilde Hegn og Rusland, der tilbyder et væld af forskellige naturoplevelser.

Ved Hornsherred finder man Nationalpark Skjoldungernes Land mod syd, hvor det særlige fjordlandskab og bl.a. dets rige fugleliv kan opleves. Begge områder byder på et fintmasket net af vandre- og cykelruter og ridestier, og hvor Danmarks kulturhistorie samtidig taler sit tydelige sprog. Blot et stenkast fra København er naturens nærvær også at opleve. Her findes eksempelvis Dyrehaven, Naturpark Amager, Naturpark Hedeland og Naturpark Mølleåen, hvor der er udsyn og bynær natur som en kontrast til storbylivet.

Louisiana, Arken, Kronborg, Frederiksborg Slot og Dyrehavsbakken er blot nogle af de topattraktioner, som geografien rummer. Hertil kommer en lang række af lokale oplevelser og attraktioner, som er mindre kendte for turisten.

Naturen er i store dele af geografien et lokalt produkt for det enkelte områdes borgere. Der skal være fokus på at udvikle oplevelser og services, og at sætte områderne på turisterne landkort som oplagte udflugtsmål. Det indebærer også, at sammenhængen til København styrkes og synliggøres.

TILTAG

Udvikling af cykelturisme og cykelinfrastruktur

Danmark er verdenskendt for sin cykeltradition, og København er flere gange blevet kåret som verdens bedte cykelby. Geografien byder på et fintmasket net af stier og ruter for cykling, vandring og ridning, og cykelturisme fylder allerede i dag meget i geografien.

Der bør arbejdes med at få synliggjort og udbygget eksisterende cykeltruter - særligt omkring knudepunkter - og få koblet dem sammen med den kollektive trafik, så det bliver muligt at kombinere forskellige transportformer, og lettere for turister og borgere at bevæge sig rundt i området på egen hånd.

HVORNÅR: 2021-2025

HVEM: Kommuner og destinationsselskaber i samarbejde med Dansk Kyst- og Naturturisme og Dansk Cykelturisme

HVORDAN: Samarbejde med Dansk Cykelturisme omkring knudepunktsprojekt og fokus på udvikling af cykelinfrastruktur og faciliteter i den enkelte kommune og destinationsselskabs arbejde.

Kattegattleden - Agda/Region Halland, Visitnorway

Vandreferie i Thy - Oh So Quiet

VENSTRE: KATTEGATTLEDEN er en 395 kilometer lang cykelrute fra Helsingborg til Gøteborg. Den nationale cykelrute følger et varieret udbud af eksisterende cykelveje, hvoraf en stor del ligger tæt på havet og er bilfrie. Undervejs passerer man mange seværdigheder og naturområder foruden 10 større byer, småbyer og fiskerlejer.

MIDTE: OH SO QUIET er en all inclusive-vandreferie i Thy. Hvor de besøgende tilbydes en samlet pakke med rutekort, bagagetransport, overnatning i feriehuse langs ruten, måltidskasse med opskrifter til aftens- og morgenmad, rengøring og linnedpakker.

TILTAG

Forretningsudvikling inden for outdoor-turisme

Området rummer en lang række unikke natur- og kulturperler fra nationalparker som Nationalpark Kongernes Nordsjælland og Skjoldungernes Land til Dyrehaven, Naturpark Amager, Naturpark Hedeland og Naturpark Mølleåen blot et stenkast fra byen.

God service, attraktive produkter og let adgang til at kunne booke sine outdoor-oplevelser er afgørende for at få flere turister og lokale ud i naturen, både den brede målgruppe og for den mere erfarne udøver.

Der bør arbejdes med at skabe en professionel pakketering af oplevelser, som kan gøre det nemmere for de besøgende og borgerne at komme ud i naturen. Ligeledes skal der Investeres i udbygning og vedligehold af den rekreative infrastruktur såsom nationale cykelruter, vandrestier, ridestier, kajakbroer, shelters mv., som skal sikre høj kvalitet, kommerciel værdi, tilgængelighed og synlighed af de rekreative oplevelser i geografien.

HVORNÅR: 2020-2023

HVEM: Destinationsselskaber i samarbejde med lokale erhvervsaktører og lodsejere.

HVORDAN: Fortsætte arbejdet med at få nationalparken og øvrige naturområder aktiveret. Prioriter og udvikl en række geografier, som har et særligt potentiale til udvikling af kommercielle klyngebaserede erhvervssamarbejder inden for outdooraktiviteter. Gennemfør et iværksætterforløb med fokus på udvikling af forretningsmodeller for kommercialisering af bæredygtige naturoplevelser med afsæt i lokale styrkepositioner.

TILTAG

Styrk værtskabet og de lokale oplevelser

De enkelte destinationer rummer mange lokale oplevelser og unikke steder, som er 'usynlige' for turisten. Samtidig efterspørger turisterne at opleve det-ægte-lokale, og de sætter pris på den ikke-turistede-oplevelse. Der er et potentiale i at tilgængeliggøre, synliggøre og formidle lokale kunsthåndværkere, events og kulturhistorie.

Det kan bl.a. ske ved at udvikle og udbrede et system for guidede ture og oplevelser med lokale guider. Guiderne kan være lokale borgere, ildsjæle, foreninger og andre kan tilbyde oplevelser og ture til turisterne og formidle den særlige kulturhistorie i området. Her kan der med fordel bygges videre på erfaringer fra House of Møn, Camønoen, Odsherred og Vestsjælland. Det er samtidig med til at ophæve skellet mellem borgere, fritidsborgere og turister, øge forståelsen på tværs og understøtte lokalsamfundets opbakning til turismen.

HVORNÅR: 2020-2023

HVEM: Destinationsselskaber i samarbejde med lokale aktører og erhverv.

HVORDAN: Byg videre på den indsats, der sker i destinationsselskaberne omkring tilgængeliggørelse og udvikling af en platform for oplevelser.

Skåne, Sverige - Apelöga, VisitSweden

Louisiana museum - Ulrik Jantzen, VisitDenmark

ØVERST: OTA er online-reservationsplatforme, der tilbyder rejser, indkvartering og aktiviteter. I Sydsverige har man samlet store og små udbydere på ét sted, for at stå stærkere som destination i den internationale konkurrence.

NEDERST: KUNSTMUSEET LOUISIANA har haft stor succes med at udvide det klassiske museumsbegreb. I dag rummer museet, ud over, kunstudstilling også café, butik, kurser & workshops, talks, kulturaftner, koncerter og bogmesse.

TILTAG

Videreudvikling af signaturattraktioner

Louisiana, Arken, Søfartsmuseet, Dyrehaven, Dyrehavsbakken, Kronborg, Esrum kloster og Frederiksborg Slot er alle signaturattraktioner, som året rundt tiltrækker mange besøgende fra ind- og udland. Der er et potentiale i at få de gæster, som allerede besøger området, til at blive lidt længere og lægge lidt flere penge i nærområdet.

Eksisterende attraktioner bør styrkes og videreudvikles, samtidig med at der udvikles nye oplevelser i tilknytning til eksisterende attraktioner og oplevelser. Attraktionerne skal tænke ud af deres vante rammer og invitere nye oplevelser og brugergrupper indenfor. Det giver turisterne en helstøbt oplevelse, samtidig med at flere får positiv effekt og afkast af de mange besøgende.

HVORNÅR: 2021-2025

HVEM: Attraktionerne sammen med lokale erhvervsaktører understøttet af destinationsselskaber og kommuner.

HVORDAN: Øget samarbejde på tværs af attraktioner, lokale erhvervsaktører og destinationsselskaber.

Louisiana museum - Ulrik Jantzen, VisitDenmark

INDSATS 3

BÆREDYGTIG KAPACITETSUDVIKLING

Der skal udvikles en mere tidssvarende og markedsrelevant overnatningskapacitet både inden for ferie- og erhvervsturisme. Udviklingen af overnatningskapacitet skal imødekomme gæsternes stigende efterspørgsel på kortferier og lokale oplevelser af høj kvalitet og være med til at understøtte opbygning af nye sæsoner.

Vinderup Feriecamping - Niclas Jessen, VisitDenmark

Inden for området findes en bred vifte af overnatningskapacitet med feriehuse, hoteller, Bed & Breakfast og campingpladser.

Med fokus på en bæredygtig kapacitetsudvikling bør der arbejdes på en større udnyttelse af eksisterende feriehuse, en bedre udnyttelse af campingpladser med nye overnatningsformer samt et kvalitetsløft af eksisterende hoteller og etablering afudvalgte, nye hoteller.

TILTAG

Mere liv i sommerhusene

De største feriehusområder ligger i Nordsjælland ved Gribskov, Halsnæs og Frederikssund. Området er kendetegnet ved at være det sted i Danmark, der har det højeste døgnforbrug pr. feriehusejer, men relativt få feriehuse på markedet. I dag er efterspørgslen på feriehuse langt større end markedet.

I et bæredygtigt perspektiv rummer de eksisterende feriehuse et stort potentiale ift. en bæredygtig kapacitetsudvidelse. Det handler om at aktivere feriehusejerne til at bruge deres huse endnu mere og på andre tider af året. Samtidig bør der arbejdes for at endnu flere feriehuse kommer på markedet. Mere liv i sommerhusene kan være med til at skabe grundlag for levende bysamfund året rundt.

Arbejdet er allerede i gang. De senere år har kommunerne gjort et stort arbejde for at få eksisterende feriehusejere til at bruge deres feriehuse mere eller leje dem ud. Dette arbejde bør fortsætte i tæt dialog med feriehusejere, feriehusudlejere og andre turismeaktører.

HVORNÅR: 2021-2025

HVEM: Destinationsselskabene sammen med kommunerne og feriehusudlejerne.

HVORDAN: Forsæt den gode dialog, der er med sommerhusejerne om bruge og udleje deres huse mere. Tænk i aktiviteter, der motiverer ejerne til at bruge deres huse uden for højsæsonen.

Blokhus skøjtebane - Kort Kortfis, Visitdanmarkbugten

Hobbithytter - Nystrup Camping Klitmøller

ØVERST: SKØJTEBANEN I BLOKHUS er finansieret af den lokale erhvervsforening, og er et stort aktiv for at skabe liv i uden for højsæsonen.

NEDERST: DE TØNDEFORMEDE SURFER-HOBBITHYTTER i Klitmøller er målrettet surfere med god opbevaringsplads til udstyr og fælles udendørsareal.

TILTAG

Omdannelse af eksisterende campingpladser

Mange campingpladser har en attraktiv placering i udkanten af byen, på kanten af landskabet. Campingpladser er traditionelt set kendetegnet ved at have en lav værdiskabelse, et stort arealforbrug og en lav kapacitetsudnyttelse. Det kalder på en fornyelse af campingsektoren, som kan forløse campingpladsernes potentiale som attraktiv overnatningsform.

Det kan enten ske gennem en fortætning af eksisterende campingpladser med nye typer overnatningsformer målrettet særlige grupper, der støtter op om de gode naturoplevelser eller ved at omdanne eksisterende campingpladser til mere resort-lignende overnatningssteder.

Første skridt er en udpegning af, hvilke campingpladser, der rummer et udviklingspotentiale. Dette bør ske på baggrund af en nærmere kortlægning og analyse af eksisterende campingpladser, der belyser eksisterede forhold, planmæssige muligheder og potentialer. Der skal bygges videre på erfaringerne fra Feriehus i Nye Rammer og FUTURE CAMP. Ligeledes kan muligheder for at indtænke naturoplevelser og -faciliteter indgå i arbejdet.

HVORNÅR: 2021-2023

HVEM: Destinationsselskaberne, kommunerne, Dansk Kyst- og Naturturisme og campingpladsejerne.

HVORDAN: Udpege relevante campingpladser til omdannelse og gennemføre en udviklingsforløb med de relevante aktører.

TILTAG

Transformation af eksisterende hoteller og etablering af nye hoteller

Nærheden til København lufthavnen og en række større virksomheder og oplevelser samt et købestærkt publikum, gør området interessant for investorer. Flere kommuner oplever i dag interesse fra investorer, som ønsker at placere et hotel i deres område. Samtidig rummer området i dag en række hoteller af svigende kvalitet.

Der er et stort potentiale i at højne kvaliteten af eksisterende hoteller med fokus på enten erhvervsturisten, som ønsker at kombinere en businessrejse med et rekreativt eller aktivt ophold i naturskønne omgivelser. Eller livsnyderen som efterspørger weekendgetaways med fokus på rekreation og velvære i rolige omgivelser.

Inden for kraftcenteret kan der arbejdes på at etablere udvalgte nye hoteller. Hotellerne kan udføres som en kombination af ferielejligheder og hotel med ca. 100 værelser og åbent hele året.

Fælles for hotellerne er at de skal tilbyde overnatning i højkvalitet med fokus på udnyttelse af ydersæsonen.

HVORNÅR: 2021-2025

HVEM: Destinationsselskaberne, kommunerne og Dansk Kyst- og Naturturisme sammen med ejere, developere og operatører inden for hotelbranchen.

HVORDAN: Identifikation af mulige arealer og ejendomme med potentiale som grundlag for en professionel investordialog.

PÅ HORNBÆKHUS kan hotelgæster og lokale mødes til fælles oplevelser året rundt. Ud over at være et hotel danner stedet også rammen om fællesspisning, yoga, strikkeklub, bogsalon mm.

INDSATS 4

BEDRE ADGANG OG MOBILITET

Den gode kollektive transport bør gøres endnu mere tilgængelig for den ikke-stedskendte turist og kobles sammen med alternative transportformer. Både på det enkelte feriested, til resten af geografien og til københavnsområdet.

Tog - Niclas Jessen, VisitDenmark

Geografien har allerede et veludbygget vejnet og en god kollektiv transport med både bus, tog og en kommende letbaneforbindelse, der forbinder Lyngby og Ishøj.

Ved at gøre det lettere for den ikke-kendte turist at finde vej i den offentlig transport, benytte den og koble den sammen med andre bæredygtige transportformer som bycykler, elbiler mv. kan vi få endnu flere til at benytte tilbuddet. Det binder geografien sammen og styrker sammenhængen mellem kyst- og storbyproduktet. Og det understøtter en bæredygtig ferie og profil for geografien.

TILTAG

Styrket samarbejde mellem transport og turisme

Samarbejdet mellem transportaktører, destinationsselskaber, attraktioner m.fl. om udbredelse og formidling af oplevelser med offentlig transport skal fortsættes og videreudvikles og kobles til den omkringliggende geografi – det øvrige Sjælland, Lolland-Falster og Sverige.

Med udgangspunkt i de gode erfaringer, som allerede er høstet, bør der arbejdes på en videreudvikling af samarbejdet med styrket formidling til turister om billetter, oplevelser og adgangsforhold i hele geografien. Det kan være i form af udpegning af særlige smukke ruter i landskabet, som byder på en alternativ rute mellem A-B. Eller f.eks. udvikle et hop-on-hop-off-produktpå Kystbanen, som binder oplevelser og særlige steder sammen.

Den fælles kommunikation mellem turismeorganisationerne og DOT målrettet internationale turister bør udbygges, og der bør arbejdes målrettet for at fjerne yderligere barrierer for anvendelse af kollektiv transport, det kan f.eks. være wayfinding fra stationer osv.

HVORNÅR: 2021-2025

HVEM: Destinationsselskaber, DOT, Dansk Kyst- og Naturturisme og attraktionerne.

HVORDAN: Fortsætte det samarbejde, der er etableret mellem DOT og turismesektoren om at forbedre og forenkle turisters adgang til den offentlige transport. Der kan arbejdes med konkrete ruter som eksempelprojekt - f.eks. hop-on-hop-of på Kystbanen

TILTAG

Tiltrækning og udvikling af nye transportformer

Der skal arbejdes videre med samarbejder og erfaringer fra det igangværende arbejde med at undersøge muligheder for brug af alternative transportformer. Det kan f.eks. være delebiler eller bycykler, som er tilgængelige på feriestedet, eller det kan være en udnyttelse af el- og delebilsordninger fra de større byer, så det er nemt og komfortabelt for turisten at tage en endagstur eller getaway fra storbyen.

HVORNÅR: 2021-2023

HVEM: Destinationsselskaber, attraktionerne og transportaktører.

HVORDAN: Udvikling af en række forsøgsprojekter omkring konkrete minidestinationer, som kan teste og udvikle koncepter, der efterfølgende kan skaleres.

ØVERST: PÅ NORWEGIAN SCENIC ROUTES kører man ad 18 særligt smukke vejstrækninger med udsigt over fjelde, vandfald og gletsjere. Undervejs kommer man forbi spektakulære udsigtsplatforme, kunstværker og arkitektur.

NEDERST: STEVNS CYKELTURISTFORENING står bag samarbejdet med Donkey Republic om 50 landcykler til udlejning på Stevns. Cyklerne står på udvalgte lokaltioner og bidrager til lokal mobilitet.

INDSATS 5

ØGET KENDSKAB

Kendskabet til områderne i hovedstadsregionen uden for københavns-området skal udbredes, særligt i forhold til det internationale marked. Der skal være et tættere samarbejde mellem København og hele det øvrige Sjælland og øerne, og sammenhængen mellem storby-produktet og kyst-produktet skal fremelskes og dyrkes.

Der bør arbejdes videre med tematiske specialiserin-ger med afsæt i de eksisterende kvaliteter i geografien. Specialiseringerne skal danne afsæt for en stærkere rol-lefordeling internt i geografien og for udvikling af stærkere oplevelsessammenhænge på tværs.

Markante must-sees – oplevelser, naturområder, histo-riske seværdigheder, attraktioner mm. skal understøtte specialiseringerne og både tiltrække turister og borgere fra København og internationalt, men også øge mobilite-ten blandt turisterne internt i geografien, så de bevæger sig i en større radius end det helt nære lokalmiljø om det enkelte feriested.

Der bør være et endnu tættere samarbejde i hele geo-grafien om markedsføring, så kendskabet til geografiens unikke sammensætning af kyst og natur samt storbypro-dukt er kendt, både nationalt og internationalt.

Parforcejagtlandskabet – VisitNordsjælland

TILTAG

Udvikling af tematiske og sammenhængende oplevelser

Med udgangspunkt i de fire specialiseringer og den særlige natur og kulturarv der er i området, bør der udvikles nye koncepter og produkter, som binder enkeltstående oplevelser sammen, så de får mere synlighed og gennemslagslagskraft og giver turisterne en grund til at blive lidt længere.

Det kan for eksempel være tematiserede oplevelsesruter som "Det royale spor, "Arkitektsporet" eller "I vikingernes fodspor". Eller en all inclusive cykelferie for det kræsne publikum.

Der bør fortsat arbejdes med både at binde oplevelser sammen inden for geografien og sammen med København og det øvrige Sjælland.

HVORNÅR: 2021-2023

HVEM: Destinationsselskaber, attraktionerne og erhvervsaktører

HVORDAN: Der skal arbejdes med pakketering, markedsføring og salg af sammenhængende oplevelser, som skal udføres i dialog med turoperatører samt store og små turismeaktører.

TILTAG

Målrettet fælles markedsføringsindsats

Der bør gennemføres en målrettet, fælles markedsføringsindsats med fokus på ydersæsonen i samarbejde med destinationsselskaberne på Sjælland og øerne. Indsatsen skal både henvende sig til nærområdet og til internationale målgrupper. Kampagnen kan f.eks. tage udgangspunkt i udviklingsplanens fire specialiseringer med specifikke produkter og oplevelser med fokus på helårsturisme.

Det kunne være et rekreativt ophold på landet kombineret med en udflugt til København. Eller en storbyferie med dagsture til de rekreative områder omkring København. Der skal arbejdes med udvikling af fælles produkter i ydersæsonen, der fremelsker forskellen mellem storby-produktet og kystproduktet.

På kort sigt bør der også fokuseres på en koordineret markedsføringsindsats målrettet det danske marked, både i forhold til udflugter, day-trips og kortferier.

HVORNÅR: 2021-2023

HVEM: Destinationsselskaber på hele Sjælland og øerne

HVORDAN: Destinationsselskaberne i samarbejde med Wonderful Copenhagen, Dansk Kyst- og Naturturisme, samt VisitDenmark tager initiativ til en fælles kampagne målrettet ydersæsonen. Destinationsselskaberne i hovedstadsregionen tager initiativ til en fælles kampagne målrettet det danske marked.

Stjerneskud over Møns Klint - Tage Kiea, VisitSydkystDanmark

Mælkevejen over Møns Klint - Tage Kiea, VisitSydkystDanmark

DARK SKY MØN er nordens første Dark Sky Park. Den mørke, stjerneklare vinterhimmel bringer nye målgrupper til destinationen på andre tider af året.

KAPITEL 6

NÆSTE SKRIDT

NÆSTE SKRIDT

Denne plan er udarbejdet af Wonderful Copenhagen og VisitNordsjælland med input fra en række kommuner. Den peger på, hvordan særligt kyst- og naturturismen i hovedstadsregionen kan udvikles.

Planen udgør et udgangspunkt, som destinationsselskaber og kommuner sammen kan arbjede videre ud fra. Det foreslås, at der med afsæt i planens anbefalinger og forslag til indsatser og tiltag gennemføres en proces, som forankrer planen i destinationsselskaber og kommuner:

- En politisk drøftelse i KKR Hovedstaden af anbefalingerne og af ambitionerne for turismen i hele Region Hovedstanden.
- En drøftelse i destinationsselskabers bestyrelser, herunder hvordan planen indarbejdes i den enkelte destinations strategi.
- En proces blandt de relevante kommuner, som forankrer planens anbefalinger på tværs af plan-, erhvervs- og udviklingsafdelinger, herunder hvordan planen kan spille ind i den enkelte kommunes planlægning og være grundlag for at arbejde strategisk med investeringsfremme.

Med nærværende plan og Udviklingsplan for Sjælland og øerne er der en samlet anbefaling til, hvor og hvordan turismen skal udvikles på hele Sjælland og øerne, som de enkelte kommuner og aktører, sammen og hver for sig, kan arbejde videre med.

De to planer kan danne grundlag for en dialog mellem KKR Hovedstaden og KKR Sjælland om et intensiveret samarbejde omkring turisme på tværs af hele Sjælland og øerne.

BARK