

VIDENSGRUNDLAG FOR UDVIKLINGSPLAN FOR SJÆLLAND OG ØERNE

SJÆLLANDSKE STYRKEPOSITIONER & POTENTIALER

Opsamling fra udbuds- og markedsanalyser

NOVEMBER 2019

Udarbejdet af:
Wilke & Kvistgaard Evaluering og Analyse

Foto (forside): VisitDenmark/Nicolai Perjesi

Indhold

1.	Introduktion	s. 3
2.	Nøgletal	s. 4
3.	Styrkepositioner	s. 6
3.1	Natur som reason to go	s. 7
3.2	Et udbredt kyst- og ø-liv	s. 11
3.3	Kulturhistoriens mange fortællinger	s. 14
3.4	Feriehusene som værdiskaber	s. 17
3.5	Nærheden til København	s. 20
4.	Potentialer	s. 22
4.1	Gastroturisme og lokale fødevarer	s. 23
4.2	Revitalisering af campingturismen	s. 26
4.3	Hotel- og erhvervsturisme som økonomisk vækstdriver	s. 29
4.4	De små hoteller	s. 32
4.6	Købsstedernes tæthed og shoppingmiljø	s. 34

1. Introduktion

Dette dokument samler kerneindsigter fra analysearbejdet, som går forud for udarbejdelsen af udviklingsplan for Sjælland og øerne mod år 2025.

Det analytiske grundlag har haft som særligt formål at identificere, hvilke styrkepositioner, der er særlige for Sjælland og øerne og som den videre udvikling kan tage afsæt i. Efter et kort overblik over nøgletallene for turismen på Sjælland og øerne giver rapporten et bud på, hvilke styrkepositioner, som ud fra et udbuds- og efterspørgselsperspektiv synes at have værdi for den videre udvikling.

Styrkepositionerne opdeles i to kategorier:

- 1) Aktuelle styrkepositioner, hvor Sjælland og øerne i dag har et produkt, der indgår centralt i turisternes efterspørgsel og oplevelse af området. Her er således både et produkt og en efterspørgsel til stede.
- 2) Potentialer, hvor der gennem analyserne er identificeret enten et udbud eller en efterspørgsel.

Identifikationen af styrkepositioner bygger på de to øvrige delanalyser for kortlægningen af Sjælland og øerne, udført af Wilke/KVEA i perioden maj - oktober 2019, og trækker derudover på markedsundersøgelser og særanalyser af en række øvrige datakilder, som til sammen udgør vidensgrundlaget for udviklingsplanen. Følgende undersøgelser og datamateriale har været inddraget i opsamlingen:

UDBUDSANALYSE	MARKEDSANALYSE	ANDRE DATAKILDER
<ul style="list-style-type: none">• Kortlægning og analyser af potentialer i turismeudbuddet, Wilke/KVEA 2019 (delrapport 1)• Kommunesammendrag, Wilke/KVEA 2019 (delrapport 2)	<ul style="list-style-type: none">• Sjællands potentiale som rejsemål – resultater af en markedsanalyse i Danmark og Nordtyskland, Wilke/KVEA 2019• Stærke lokale oplevelser - en kvalitativ analyse i Odsterred og Møn. Wilke/KVEA 2019	Særkørsler fra følgende markedsundersøgelser: <ul style="list-style-type: none">• Den tyske rejseanalyse*• Dansk og international image- og potentialeanalyse 2019**• Turistundersøgelsen 2017***• Tilfredshedsmåling 2019****

*Den tyske rejseanalyse: Udarbejdet af FUR (Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V.)

**Dansk image- og potentialeanalyse: Udarbejdet af Dansk Kyst- og Naturturisme. International image- og potentialeanalyse: Udarbejdet af VisitDenmark

***Turistundersøgelsen, gennemført af VisitDenmark

****Tilfredshedsmåling, gennemført af Dansk Kyst- og Naturturisme

2. Nøgletal

OVERNATNINGER



Kommercielle
overnatninger

4,6 mio.

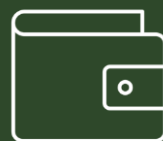
TURISMEOMSÆTNING



Turismeforbrug

12,8 mia.

SAMFUNDSEFFEKTER



Beskæftigelse

18.346

Andel udenlandske
overnatninger

33 %

Døgnforbrug

533 kr.

Værditilvækst

8,8 mia.

Omsætning fra kyst- og
naturturisme

81 %

Andel af beskæftigede

5,7 %

Omsætning fra
erhvervsturisme

19 %

Andel af samlet udbud

2,3 %

2. Nøgletal

AREALER



GEOGRAFI



OVERNATNING



NATUR / KULTUR



AREAL / KM2

7.725

KOMMUNER

17

FERIEHUSE

68.656

NATIONALPARK

1

INDBYGGERE

836.738

KØBSTÆDER

24

HOTELLER (+40 SENGE)

58

NATURPARKER

3

INDBYGGERE / KM2

2.116

DESTINATIONER

4

MINDRE HOTELLER

67

GEOPARKER

1

KYST / KM

1.823

CAMPINGPLADSER

62

VERDENSARV OMRÅDE

1

LYSTBÅDEHAVNE

78

UNESCO BIOSFÆRE OMRÅDE

1

FERIECENTRE

12

3. Styrkepositioner

Kortlægningen har identificeret 5 aktuelle og primære styrkepositioner for Sjælland og øerne.

Alle har det tilfælles, at de på den ene eller anden måde er repræsenteret med et relevant udbud i regionen i form af stort omfang og/eller kvalitet samt er et udtryk for et behov og dokumenteret efterspørgsel hos nutidige og fremtidige turister.

Styrkepositionerne bliver præsenteret nedenfor i ikke-prioriteret rækkefølge.



Naturen som reason to go



Et udbredt kyst- og ø-liv



Kulturhistoriens mange fortællinger



Feriehusene som værdiskaber



Nærheden til København



3.1. Naturen som reason to go

STYRKER

- Udbuddet findes (nationalpark, naturparker, UNESCO)
- Historiens og kulturarvens synlighed i natur og landskabskvaliteter
- God iscenesættelse gennem cykel- og vandreruter (se dog også tilsvarende udfordring)
- Naturen beskrives som autentisk og uforstyrret med albuenum
- Naturen beskrives som en god scene for ro, samvær og afslapning

UDFORDRINGER

- Lavt kendskab til naturområder og -oplevelser
- Natur er større "driver" til eksempelvis Vestkysten
- Behov for øget iscenesættelse af naturen
- Behov for at skabe flere kommercielle naturoplevelser, som understøtter naturen
- Turister bevæger sig ikke langt væk fra deres destination/feriebolig
- Nogle steder trænger cykel- og vandreruter til et kvalitetstjek

Stærke stedbundne kvaliteter i naturen

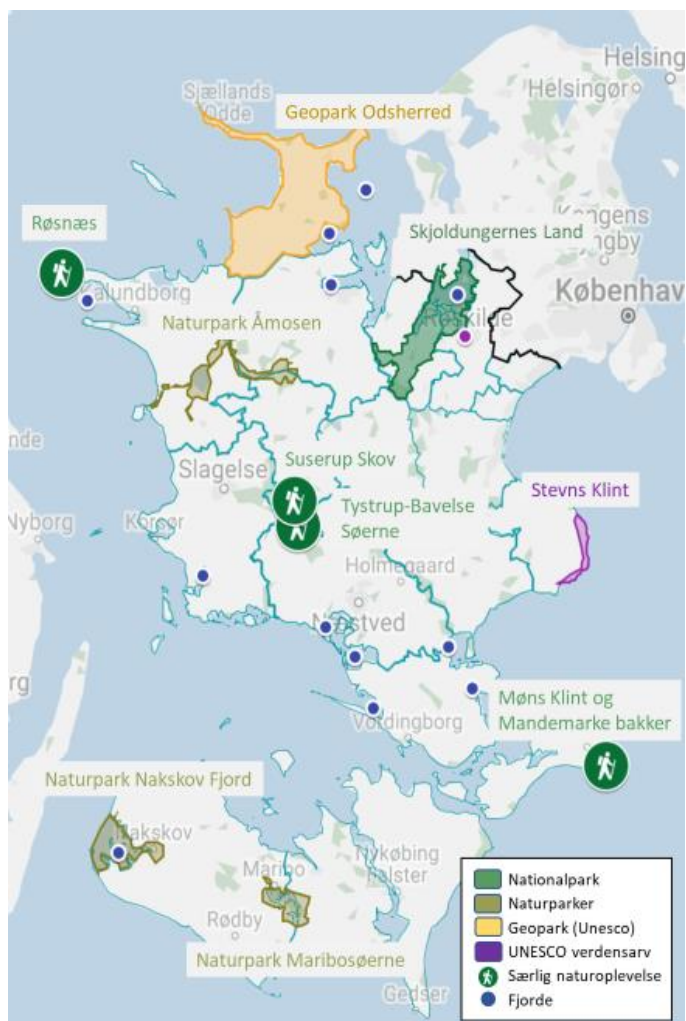
Sjælland og øerne har en klar styrkeposition i de mange spændende naturområder, som er rig på levn fra regionens historie og kulturarv. Naturens stedbundne kvaliteter og landskabsmæssige fortællinger spiller godt sammen med kvaliteter i det byggede miljø (særligt slotte, herregårde, klostre og kirker) og er understøttet af et veludbygget netværk af cykel- og vandrerruter.

Sjælland og øerne rummer – indtil videre – én nationalpark, tre naturparker og flere UNESCO-udmærkelser som verdensarv, geopark og biosfære-område. De officielle udpegninger symboliserer områdernes særlige natur-, dyre- og/eller landskabskvaliteter og deres bevaringsværdighed, og er derfor garant for en høj natur- og turismemæssig værdi.

Særligt nævneværdig er naturen omkring Stevns Klint, der er optaget på UNESCOs verdensarvsliste netop pga. af klintens betydning for jordens historie. Men også Møns Klint, som i dag er klassificeret som UNESCO biosfære-område kendetegnet ved natur i verdensklasse er optaget på en tentativ liste over kandidater til Verdensarvslisten.

Der er et solidt udbud af særlige naturområder i geografien, der tilsammen udgør en klar styrkeposition. Det matcher en efterspørgsel hos turisterne, der i markedsanalyserne fremhæver natur, kyst og strand som væsentlige *reason to go* for en ferie helt generelt og for et ophold på Sjælland og øerne.

KORTLÆGNING: KORT OVER NATURPARKER MM.



Kortlægning og analyser af potentialer i turismeudbuddet, Wilke/KVEA 2019

Stor efterspørgsel efter naturoplevelser

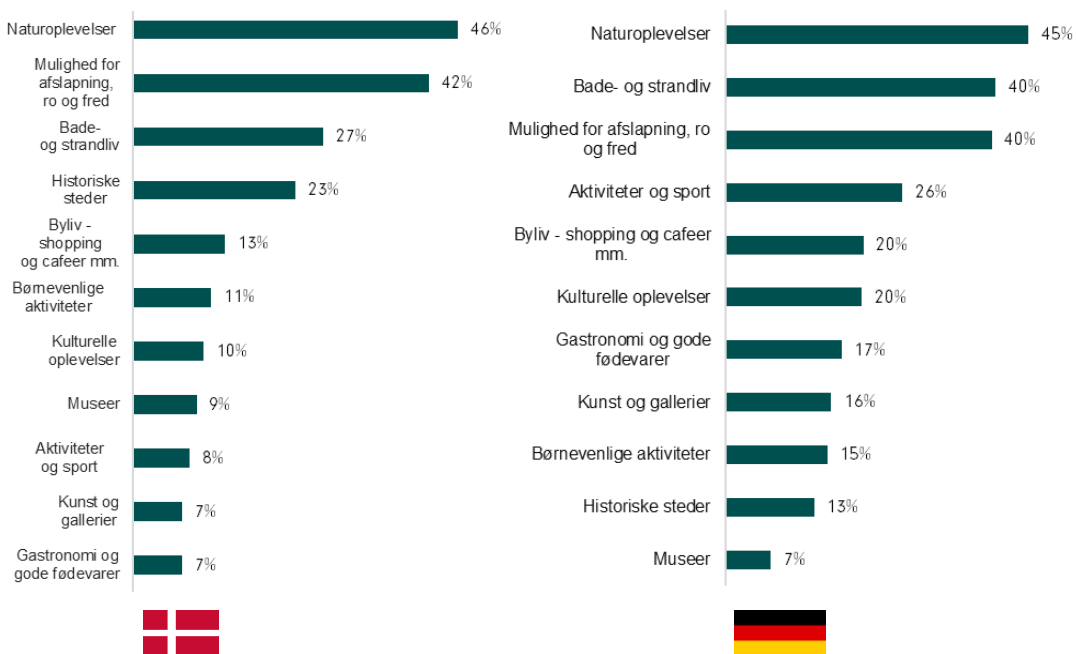
De kvalitative interview og markedsanalyserne bekræfter, at den sjællandske natur spiller en stor rolle for gæsternes ophold og valg af Sjælland og øerne som destination.

I de kvalitative interviews med turister ved Odsherred og især Møns Klint er naturen fremhævet som en reason to go for ferien. Her beskrives naturen som rammen om en særlig type ferie, hvor afslapning, ro og nærvær er i centrum. Det er i mindre grad specifikke naturoplevelser, der fremhæves, men i højere grad den følelse, i form af den helende og samlende kraft, som naturen opleves at give. Naturen vurderes at være lettere tilgængelig og have mere albuerum end fx ved Vestkysten.

I undersøgelsen blandt potentielle ferie- og fritidsgæster til Sjælland og øerne på det danske og nordtyske marked fremhæves naturoplevelser som den aktivitet, flest forbinder med et besøg i geografien. Især for tyskerne vedkommende er interessen i naturoplevelser ledsaget af en interesse i bade- og strandliv, ro og fred og sportslige aktiviteter, mens steder af historisk interesse også har betydning for danskerne.

I samme undersøgelse fremhæver danske potentielle turister flere konkrete naturoplevelser som attraktive besøgsmaal, fx Stevns Klint og Møns Klint. Men også det forholdsvis nyåbnede Camp Adventure har opnået stor opmærksomhed.

KVANTITATIV MARKEDSANALYSE: HVILKE AKTIVITETER OG OPLEVELSER FORBINDER DU MED ET OPHOLD PÅ SJÆLLAND OG ØERNE?



Sjællands potentiale som rejsemål – en markedsundersøgelse i Danmark og Nordtyskland, Wilke/KVEA 2019



3.2. Et udbredt kyst- og ø-liv

STYRKER

- Kort afstand til kyst uanset hvor man befinder sig i regionen
- Danmarks næstlængste kyststrækning
- Mere end 100 godkendte badestrande, 78 lystbådehavne og mange øer
- Match til efterspørgsel; Adgang til kyst og badeliv er den anden mest efterspurgte aktivitet, når man holder ferie i Sjælland og øerne

UDFORDRINGER

- Svagt kendskab til de mange øer og kystoplevelser
- Kyststrækningen opleves ikke som sammenhængende som fx på Vestkysten
- Vestkysten (som konkurrent) forbindes i endnu højere grad med kyst sammenlignet med Sjælland og øerne
- Sjælland og øerne har den største andel privat skov sammenlignet med de øvrige regioner

Altid tæt på kysten

Kortlægningen af udbuddet i Sjælland og øerne dokumenterer et stort og finmasket udbud og høj kvalitet af bademuligheder.

Du er altid tæt på kysten, når du opholder dig i Region Sjælland. Uanset hvor du er, er du højst 25-30 min. fra nærmeste kyst, hvilket i kombination med en høj koncentration af feriehuse og flere velbeliggende campingpladser giver et attraktivt ophold for mange turister.

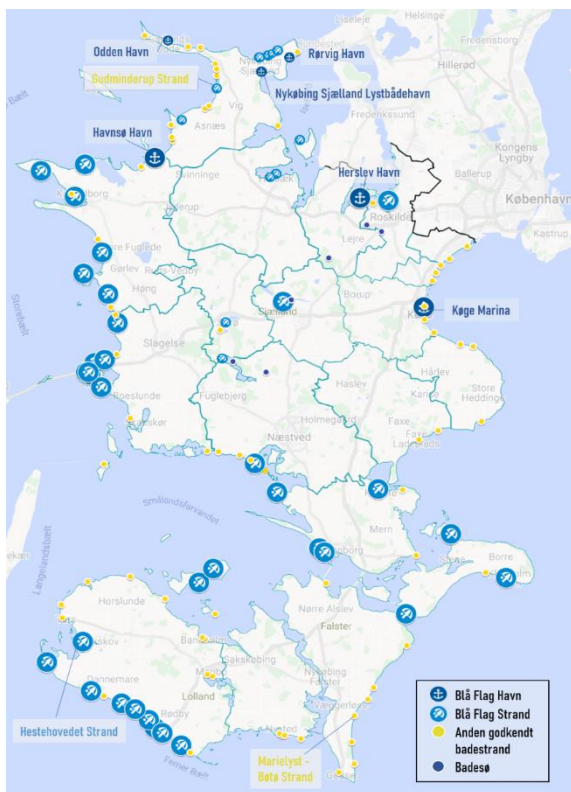
Sjælland har Danmarks næst længste kyststrækning på i alt 1.823 km, og regionen kan endda tilbyde markant mere kyst i forhold til regionens størrelse end de øvrige regioner med undtagelse af Region Hovedstaden. Inklusive kystlinjen ud til åer og søer rummer geografien 321 meters kystlinje pr km².

De over 100 godkendte badestrande, 78 lystbådehavne og et stort antal beboede eller ubeboede øer skaber en stærk stedbunden kvalitet til grund for turismeudvikling.

Endvidere har Region Sjælland mange søer, som potentielt kan bruges i sammenhæng med kystfortællingen i forhold til en bredere fortælling om et rigt badeliv i region Sjælland. Et eksempel på attraktive søområder er Tystrup-Bavelse søerne, som VisitDenmark fremhæver som en særlig naturoplevelse i regionen.

En udfordring kan dog være, at kun 8% af Sjællands skov er offentligt ejet. Det mindsker adgangen særligt til åer og søer.

KORTLÆGNING: STRANDE OG BLÅ FLAG HAVNE



KORTLÆGNING: FÆRGERUTER



Kortlægning og analyser af potentialer i turismeudbuddet, Wilke/KVEA 2019



3.3.

Kulturhistoriens mange fortællinger

STYRKER

- Udtalt sammensmeltning mellem natur, geologi/landskab og historie
- Udbuddet er til stede (særlige naturområder, stedbundne levn i landskabet fx vikingering-borge, kirker og klostre, slotte, herregårde og godser)
- Fortællinger, der er unikke for Skandinavien
- Matcher trend i efterspørgsel efter kulturarv og forståelse af historiske rødder
- God bil- og cykelinfrastruktur til at få gæster til at bevæge sig omkring i landskabet

UDFORDRINGER

- Lavt kendskab til fortællingerne
- Mangel på store, understøttende attraktioner
- Relativt svag mobilitet fra turisterne mellem områderne
- Svag offentlig infrastruktur, der kobler fortællingens punkter sammen
- Kræver betydelige investeringer at opnå en helhedsorienteret iscenesættelse

Efterspørgslen efter kulturoplevelser er stigende – men fra et lavt niveau

Kulturhistorien udgør en styrkeposition, der matcher en stigende efterspørgsel efter kulturoplevelser fra kyst- og naturturister, som VisitDenmark har afdækket i en analyse fra september 2019.

I undersøgelsen definerer VisitDenmark 36 pct. af alle udenlandske kyst- og naturturister som "kulturturister". Analysen viser desuden, at udenlandske kulturturister på kyst- og naturferie er mere aktive på deres ferie end udenlandske kyst- og naturturister generelt.

Samtidig skal det bemærkes, at kendskabet og interessen i kulturelle og historiske oplevelser på Sjælland og øerne i dag ikke fremstår som primær "reason-to-go" for et besøg eller en ferie i geografien. På det danske marked er interessen størst (og større end blandt tyskerne). Blandt de danskere, der overvejer en ferie eller et besøg i den sjællandske geografi, forbinder 23 pct. Sjælland med "historiske steder".

Alt i alt er det dog vurderingen, at de sjællandske fortællinger, som er repræsenteret i historien og udviklingen af landskabet, skaber grobund for en helhedsorienteret udvikling af geografien, der kobler landskab og attraktioner i én eller flere fortællinger. Det kan medvirke til at tiltrække nye målgrupper, få turister til at bevæge sig mere rundt og danne ramme for en øget kommercialisering af natur- og kulturhistorien.

EKSEMPLER PÅ FORTÆLLINGER REPRÆSENTERET I SJÆLLAND OG ØERNES NATUR, HISTORIE OG KULTURARV

Kridttiden
Kalklandet
Istiden
Vikingerne
Kunst og keramik
Moderne historie
Bronzealder
Middelalder

36%

af udenlandske kyst- og
naturturister er kulturturister

(Kilde: VDK, Internationale Kulturturister i
Danmark, 2019)

*Kortlægning og analyser af potentialer i turismeudbuddet,
Wilke/KVEA 2019*

3.4. Feriehusene som værdiskaber



STYRKER

- Stor kapacitet: En tredjedel af landets feriehusene ligger i regionen
- Styrkeposition på landsplan (14% af al landets turismeomsætning fra feriehusene og hele 22% af al ikke-kommercielt turismeforbrug fra feriehusene)
- Stor efterspørgsel
- Magnet for tiltrækning af udenlandske turister – særligt tyske turister

UDFORDRINGER

- Lav udlejningsfrekvens på mellem 4,5% og 6,3%
- Udsolgt i højsæsonen
- Lav skuldertid og særligt en lav jule- og nytårssæson
- Husene står tomme i flere dage end i de øvrige regioner
- Feriehusene er mindre, ældre og generelt mindre velegnede til længerevarende indendørsophold

Største overnatningsform – med yderligere potentiale

Overnatninger i feriehuse har en stor betydning for turismens værdiskabelse på Sjælland og øerne, og branchen er i høj vækst. Antallet af overnatninger i lejet feriehus i regionen er steget med hele 37% siden 2009, hvilket er markant mere end landsgennemsnittet. Feriehusetourismen er en af Sjælland og øernes største styrkepositioner, og indeholder samtidig et betydeligt udviklingspotentiale.

Feriehusetourismen i geografien er fremfor alt kendetegnet ved stort volumen. Region Sjælland har 68.656 feriehuse, hvilket svarer til 30% af Danmarks 226.740 feriehuse. Styrkepositionen varierer dog kraftigt fra kommune til kommune, hvilket afspejler, at der er stor variation i feriehusenes geografiske placering. Med ca. 27.000 feriehuse har Odsherred 40% af regionens sommerhusbestand, og er den mest feriehusrige kommune på landsplan. Kalundborg og Guldborgsund har hver 12% af regionens feriehuse, og er ligeledes blandt de 10 kommuner med flest feriehuse på landsplan.

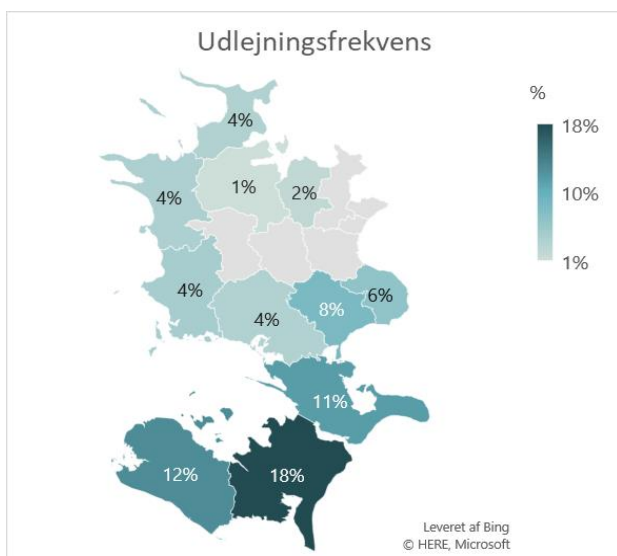
Stor værdi, men lav udnyttelse

Feriehusene skaber stor værdi for lokalområderne – især fra ejernes brug af eget sommerhuse, men også fra udlejning til turister.

Alt i alt er feriehusene anledning til en omsætning på 3,6 mia. kr., og feriehusene står herved bag 28% af al turismeforbrug skabt i regionen. På trods af, at Sjælland og øerne herved klart har stor værdiskabelse fra feriehusene, tyder det på lav udnyttelse af det samlede potentiale. På trods af en kapacitet på ca. en tredjedel af alle feriehuse i hele Danmark, har Sjælland og øerne således kun en andel på 14 % af den turismeomsætning i Danmark, der skabes af kommercielle og ikke-kommercielle feriehusetourister. Undersøgelsen viser, at dette hænger sammen med, at sommerhusejerne dels ikke udlejer deres feriehuse i ligeså høj grad som i de øvrige regioner, men også at regionens sommerhuse står tomme i flere dage om året, end det er tilfældet i de øvrige regioner.

Kortlægningen estimerer, at i gennemsnit 6,3% af geografis sommerhuse er til udlejning gennem et udlejningsbureau. Udlejningsfrekvensen er markant højere mod syd, hvor der er en stor andel tyske feriehusgæster.

KORTLÆGNING: BEREGNET UDLEJNINGSFREKVENS



Kortlægning og analyser af potentialer i turismeudbuddet, Wilke/KVEA 2019

Stor international tiltrækningskraft, men kort sæson

En anden fordel ved feriehusturismen er den stærke internationale tiltrækningskraft, særligt for de tyske turister. Feriehusene er de tyske turisternes foretrukne overnatningsform, også på Sjælland og øerne, hvor ca. halvdelen af det samlede potentielle rejsende giver udtryk for en præference for denne overnatningsform.

Mens tyskerne i andre dele af landet lægger en stor del af deres overnatninger i lejet feriehus hele sommeren til og med oktober samt jul/nytår, viser analysen, at den tyske sæson på Sjælland og øerne i vid udstrækning følger den korte sommersæson, som er kendetegnende for fx danske lejere.

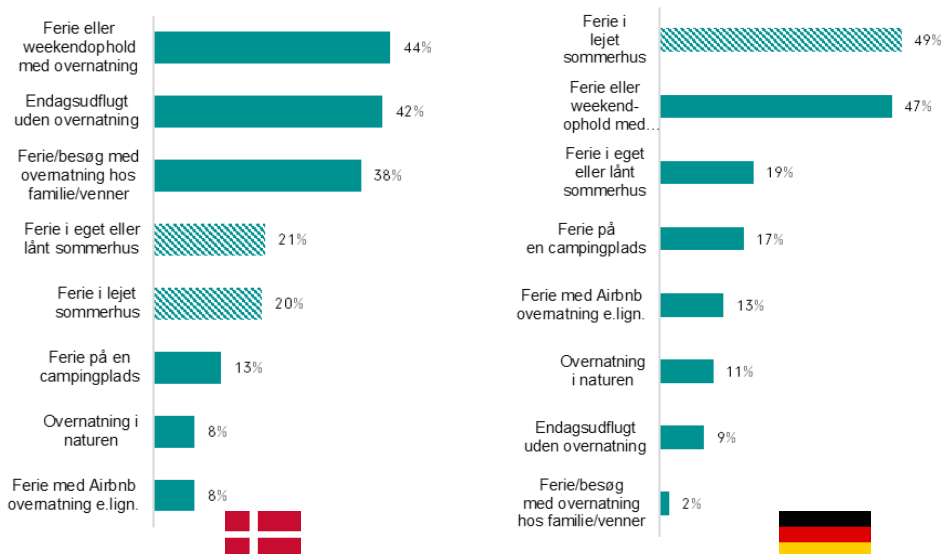
Set ud fra de faktiske overnatningstal viser analysen, at feriehusene i dag står bag 57% af alle udenlandske kommercielle overnatninger i regionen. Feriehusene er således helt afgørende for Sjælland og øernes evne til at øge andelen af international turisme.

Små huse, lav kvalitet?

Hvis det fulde potentiale fra feriehusene skal indfries, skal Sjælland dog overkomme nogle af de mange udfordringer, der knytter sig til feriehusturismen: Udlejningsfrekvens, en lav skulder- og julesæson (markant kortere sæson end andre steder i landet) og at husene i højere omfang end andre steder i landet står tomme.

Analysen viser, at udfordringerne med lav udlejningsfrekvens og kort sæson hænger sammen med husenes alder og kvalitet – foruden at være et resultat af husejeres manglende tradition i geografien for udlejning. Hvert fjerde feriehus i geografien er under 50 m² og kun 16% af husene er over 100m² (mod 25% i andre regioner). Husene er en smule ældre end på landsplan og er særligt kendetegnet ved en overvægt af huse fra 1960-erne.

KVANTITATIV MARKEDSANALYSE: HVILKEN TYPE OPHOLD VILLE DU MED STØRST SANDSYNLIGHED VÆLGE PÅ EN KOMMENDE FERIE TIL SJÆLLAND OG TILHØRENDE ØER (EKSKL. KØBENHAVN)?



Sjællands potentiale som rejsemål – en markedsundersøgelse i Danmark og Nordtyskland, Wilke/KVEA 2019

3.5. Nærheden til København



STYRKER

- Stor interesse blandt aktuelle og potentielle turister for København som udflugtsmål under kyst- og naturferien i Sjælland og øerne
- København udgør et fyrtårn i geografien
- Skaber et marked for endagsturisme fra København
- Ved at brande Sjælland og København som et fælles oplevelsestilbud, kan man rumme en bredere rejsegruppe

UDFORDRINGER

- U hensigtsmæssig offentlig infrastruktur betyder, at besøg til og fra København er mest effektiv med bil
- Kun få internationale turister i København har tradition for - og tid til - for at besøge den øvrige geografi uden for byen.
- Endagsturisme fra København kan indebære stort slid, men lille forbrug uden for byen.

København kalder

Kortlægningen slår fast, at nærheden til København er en klar styrkeposition for Sjælland og øerne.

Mange turister oplever kombinationen af Sjælland og København som en fordel. Blandt flere internationale turister og danskere bosat i Vestdanmark er det decideret en *reason to go*.

Det største potentiale ses i kombinationen af kystferie med ture ind til København i højere grad end omvendt. Sekundært er der en interesse i at holde ferie i København kombineret med ture ud af byen. Endelig påviser markedsanalysen en vis interesse for endagsbesøg til seværdigheder i regionen, især fra borgere Hovedstaden.

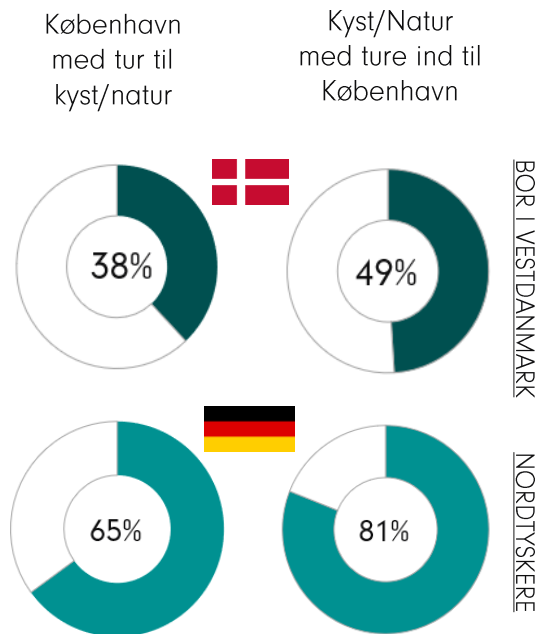
I den kvalitative markedsanalyse bliver det fremhævet, at nærheden til København er et særligt plus for børnefamilier, når destinationen er et sted på Sjælland og øerne. Det giver mulighed for nærvær og ro på overnatningsstedet, men kan samtidig tilfredsstille børnenes (og særligt teenagernes) behov for at opleve noget andet end natur.

En anden konklusion fra kortlægningen og markedsanalyserne er, at Sjælland og øerne – særligt blandt internationale turister – mangler kendte fyrtårne. København nævnes naturligt blandt kendte steder og besøgsmaal, når turen går til Sjælland.

København kan således tydeligt hjælpe til med en styrket attraktionskraft, mens turisterne skal tiltrækkes til at overnatte på Sjælland ved at slå på ro og nærvær.

Går trafikken den anden vej – fra København og ud i geografien – viser kortlægningen, at transport med bil generelt er den mest konkurrencedygtige.

KVANTITATIV MARKEDSANALYSE: INTERESSE FOR TURE IFBM. BESØG PÅ SJÆLLAND



Læsevejledning: Procentandelen udtrykker, hvor stor en andel af de gæster, der kombinerer besøget med by/land oplevelser, der har præference for enten at bo i København med ture til kyst- og natursteder eller omvendt. Sjællands potentiale som rejsemål – en markedsundersøgelse i Danmark og Nordtyskland, Wilke/KVEA 2019

13%

af udenlandske turister i København forventer at besøge andre landsdele under besøget

(Kilde: VDK, turistundersøgelsen, 2017)

KVALITATIV MARKEDSANALYSE: CITATER VEDR. KOMBINATION M. KØBENHAVN

“Vi talte også om at holde ferien i København, men endte med at vælge her. Måske tager vi et smut forbi København. Det kommer an på, hvad vi kan overskue og gider”

Mand, 44 år, nordmand, Møns Klint

4. Potentialer

I dette afsnit præsenteres de potentialer, som er identificeret i analysen.

Potentialerne er kendetegnet ved at udgøre en central del af de sjællandske stedbundne potentialer, dog uden at den fulde værdi er realiseret.

Nogle af potentialerne nyder i analysen høj efterspørgsel, men udgør i dag et mindre del af udbuddet i geografien. Andre af potentialerne er karakteriseret af det modsatte – et stort udbud, dog lav eller faldende efterspørgsel.

Potentialerne præsenteres i det følgende i ikke-prioriteret rækkefølge:



Gastroturisme og lokale fødevarer



Revitalisering af campingturismen



Hotel- og erhvervsturisme som økonomisk vækstdriver



De små hoteller



Købsstedernes tæthed



4.1. Gastroturisme og lokale fødevarer

STYRKER

- Rummer fødevareroplevelser i hele spektret fra MICHELIN til gårdbutik
- Særligt stort udbud af lokale vinproducenter
- Spirende fødevarerfællesskaber, fx MULD
- Matcher forbrugertrends
- Medfølger potentiale for højere døgnforbrug i denne målgruppe
- Nærhed til København med en højere koncentration af oplevelser indenfor 'fine dining' og jord-til-bord leverancer.

UDFORDRINGER

- Lavt kendskab til geografien særlige fødevareroplevelser (på nær få udvalgte)
- Brand som gastrodestination ikke udviklet i turisternes perception
- Relativt få 'fine dining' oplevelser, på trods af bl.a. to MICHELIN restauranter

En potentiel styrke

Sjælland og øerne har et vist udbud inden for gastroturisme og lokale fødevareroplevelser. Analyserne viser dog, at for at potentialet i gastroturismen skal indfries som en egentlig styrkeposition, er der behov for at arbejde både med fortællingen om Sjælland som gastrodestination samt oplevelsesudbuddet forbundet hermed.

Attraktive turister

Området indenfor gastroturisme har potentiale ikke kun for Sjælland og øerne, men for kyst- og naturturismen i hele Danmark. Ifølge VisitDenmark er 22% af de udenlandske kyst- og naturturister i Danmark gastroturister.

Gastroturisterne har i gennemsnit et døgnforbrug, som er 350 kr. højere end de udenlandske turister generelt (750 kr. vs. 1.100 kr.), de er meget loyale, rejser også på andre tidspunkter af året og udgør derfor alt i alt en meget attraktiv målgruppe.

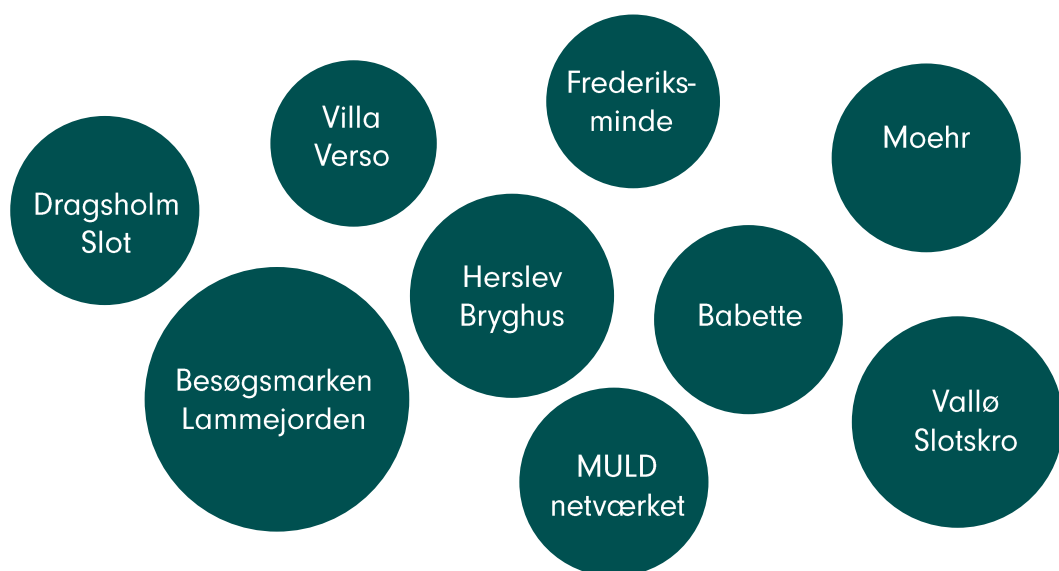
Et spirende udbud

Zoomer vi ind på Sjælland og øernes udbud indenfor gastroturisme, viser kortlægningen, at der findes en vis koncentration af stedbundne potentialer, som dog er ikke er udviklet tilstrækkeligt eller er omfangsrig nok til at udgøre en styrkeposition.

Kortlægningen viser, at Sjælland har en lang række gastronomiske perler, heriblandt to restauranter med en MICHELIN stjerne og 5 restauranter, der er anbefalet i White Guide (2019), samt andre unikke besøgssteder med fødevarer i centrum.

Herudover viser kortlægningen, at der spirer fødevarer samarbejder på frem, som med fordel kan udnyttes i den lokale madfortælling om Sjælland og øerne (bl.a. MULD-netværket 'Jordens bedste fødevarer' og fødevarerpartnerskabet 'En del af Herslev').

KORTLÆGNING: EKSEMPLER PÅ INVITIATIVER OG UDBUD INDENFOR LOKALE FØDEVARER & GASTRONOMI



Kortlægning og analyser af potentialer i turismeudbuddet, Wilke/KVEA 2019

En vigtig aktivitet på ferien

De mange initiativer inden for fødevarerområdet på Sjælland og øerne kan dog kun aflæses i mindre omfang af turisternes generelle kendskab til oplevelser i geografien. Kun 7% af de potentielle danske – men 17% af de tyske potentielle besøgende – forbinder Sjælland og øerne med gastronomi og gode fødevarer.

Markedsanalyserne bekræfter, at fødevareroplevelser i dag i højere grad ses som en aktivitet under opholdet, men ikke en egentlig reason-to-go.

”Landestypische Spezialitäten genossen” (at nyde lokale specialiteter) nævnes i den tyske rejseanalyse som den anden hyppigste aktivitet på ferier blandt de turister, som overvejer rejser til Sjælland og øerne. 79% af de potentielle tyske rejsende siger, at det er en aktivitet, de meget ofte har på ferien, kun overgået af ”Ausflüge in die Umgebung gemacht” (udflugter i lokalområdet).

De kvalitative interview på Møn og i Odsherred bekræfter, at gode lokale fødevareroplevelser udgør en vigtig del af turisternes ophold på Sjælland og øerne (de mange muligheder kommer i flere tilfælde bag på gæsterne). Analysen viser også, at den gode madoplevelse ikke nødvendigvis er gastronomi, men en vej til at møde og opleve det lokale, og gerne på en måde, så der er en bredde i udbuddet.

KVALITATIV MARKEDSANALYSE PÅ MØN OG I ODSHERRED: DEN GODE MADOPLEVELSE

Købe lokalt ind:

- Flere informanter gør en stor dyd ud af at købe lokale råvarer, når de handler, fx købe frisk fisk ved kutteren.
- Informanterne vil gerne støtte det lokale økonomisk, men det handler også om, at Danmark er kendt for rene råvarer.
- På ferie må oplevelsen gerne være ekstra god, når der laves mad, og lokale råvarer smager, ifølge informanterne, bedre.

Spise ude lokalt:

- Informanterne vil gerne spise ude, når de er på ferie, og bruger tid på at finde gode lokale restauranter, som de lokale spiser på, men også at maden er lavet på lokale råvarer.
- Informanterne synes, at brug af lokale restauranter og råvarer kan blive meget dyrt, så de bruger det ikke i det omfang, de gerne vil.
- Det er anbefalinger som Trip Advisor, der lænes op ad i dag.

To-go mad skal også være lækkert:

- Flere af informanterne i Odsherred nævnte den lokale fiskehandler som et lækkert sted. Fiskehandlerens fiskefrikadeller er et ’must try’.
- To-go mad skal også være lokalt, informanterne vil gerne have den lokale hotdog og ikke ’bare’ en hotdog, eller den lokale is og ikke ’bare’ italiensk is.

Stærke lokale oplevelser - en kvalitativ analyse i Odsherred og Møn. Wilke/KVEA 2019



4.2. Revitalisering af camping- turismen

STYRKER

- Styrkeposition målt på markedsandel (12,7%) af alle landets campingovernatninger
- Vækst på 37% på det tyske marked fra 2017 til 2019 (januar-august).
- Eksempler på kvalitetspladser typisk karakteriseret ved høj innovations- og investeringsvilje
- Trend mod stigende sengekapa- citet per campingplads
- Fastliggere skaber overnatninger i ydersæsonen april og september.
- Meget ledig kapacitet, flere med god beliggenhed
- Passer ind i trend mod stigende interesse i natur og outdoor-livet

UDFORDRINGER

- Lav værdiskabelse (479 mio. kr. eller 9% af det samlede kommercielle forbrug mod 33% af de kommercielle overnatninger)
- Lavt døgnforbrug (384 kr.)
- Lav kapacitetsudnyttelse (13%)
- Meget af kapaciteten har ikke en tidssvarende kvalitet
- Campingsektoren er set over længere tidsperspektiv i nedgang (-10% siden 2008)
- Begrænset efterspørgsel blandt turister (også nordtyske)
- Meget lav synlighed på TripAdvisor
- Stor afhængighed af fastliggere (49% af overnatningerne)

Stor overnatningskapacitet gemt i de sjællandske campingpladser

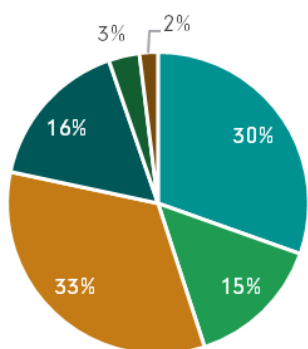
Målt på antallet af overnatninger er campingsektoren en styrkeposition i Sjælland og øerne, idet området har en markedsandel på 12,7% af alle landets kommercielle overnatninger (mod 8,6% i gennemsnit). Campingsektoren består af 62 pladser og repræsenterer 1,4 mio. overnatninger, hvilket er lige så meget som den kommercielle del af feriehusturismen.

Selvom campinggæsterne tegner sig for næsten lige så mange overnatninger som kommercielle feriehusgæster, genererer de set over et en mindre værdiskabelse på kun 9% af omsætningen fra de kommercielle overnatninger (omsætning på 479 mio. kr.). Det skyldes bl.a., at campinggæsterne døgnforbrug i Region Sjælland er helt nede på 384 kr.

Kortlægningen dokumenterer en tydelig tendens til overkapacitet i branchen. Udover en klar nedadgående tendens siden 2008 er campingsektoren udfordret af en meget lav og faldende kapacitetsudnyttelse (13%), som derudover ligger under niveauet for hele Danmark (15%). I nogle kommuner er kapacitetsudnyttelsen helt nede på 9%.

Kigger vi nærmere på kapaciteten, viser kortlægningen, at Sjælland og øerne har relativt mange og små campingpladser, kun to steder med fire eller fem stjerner, og flere synes at være udfordrede på kvalitet og innovationskraft. En stor del af de 62 sjællandske campingpladser er fx ikke repræsenterede på TripAdvisor, og kun to har over 100 brugeranmeldelser.

KORTLÆGNING: FORDELING AF OVERNATNINGER PR. OVERNATNINGSFORM, REGION SJÆLLAND



- Camping
- Feriehus
- Lystbådehavne
- Feriecenter
- Hotel
- Vandrerhjem

384

 kr.

er camping-gæsternes gennemsnitlige døgnforbrug, når de besøger Sjælland

13 %

udnyttelse af sengekapa-
citeten på
campingpladser

*Kortlægning og analyser af potentialer i turismeudbuddet, Wilke/KVEA 2019. Det skal bemærkes, at opgørelsen af kapacitetsudnyttelsen måler udnyttelsen af den komplette sengekapa-
citet (3 senge pr. enhed) og underestimerer den reelle kapacitetsudnyttelse, da statistikken medregner en større tilgængelig kapacitet uden for højsæsonen.*

Begrænset og faldende interesse i "camping"

De faldende overnatningstal tyder på en dalende interesse for den traditionelle campingferie, i hvert fald på det aktuelle udbud af campingpladser på Sjælland og øerne. Markedsanalyserne dokumenterer, at der er en vis, men ikke høj interesse for overnatning på "camping" på Sjælland og øerne: 13 % af danskerne og 17 % af nordtyskerne, som i forvejen har udtrykt forventning om at holde ferie i geografien, ville vælge at overnatte på campingpladser ved en ferie på Sjælland.

Stigende interesse i natur og outdoor – og høj kvalitet

På den anden side tyder de kraftigt stigende overnatningstal de seneste to år fra det tyske marked på, at der er et vist potentiale i markedet. Et potentiale, som understøttes af tendensen og den stigende interesse i at opholde sig i naturen og nyde og bo i outdoormiljøet.

Dertil kommer, at der findes flere eksempler på positiv udvikling i campingsektoren fra både ind og udland ved investeringer i nyt og bredere udbud af overnatningstyper, øget kvalitet og herunder i den glamourøse version *glamping*.

Den anskuelse af campingturismen understøttes af, at der allerede i dag findes enkelte eksempler på innovative, typisk større, campingpladser, som har høj kapacitetsudnyttelse og stor tilfredshed hos brugerne. Et eksempel fra geografien er Camp Møns Klint, hvor interviews med gæster afspejler eksempler på nye typer af gæster.

Behov for fornyelse og investeringer

Alt i alt udgør campingsektoren på Sjælland og øerne et udbredt potentiale – i kraft af en eksisterende og udbredt kapacitet, som dog har brug for transformation for at kunne indfri den ændrede efterspørgsel.

KVALITATIV MARKEDSANALYSE: CITATER FRA CAMP MØNS KLINT

Vi synes selv, at vi er på en glamping-ferie, det har vi i hvert fald rendt rundt og fortalt, inden vi tog afsted. Glamping ferie er en mere luksusversion af camping, hvor det hele bare føles mere lækkert, og man får en ordentlig søvn.

- Kvinde, 47 år, dansker,
Camp Møns Klint

Vi er ikke campister, men glampister. Det har vi været i mange år. Vores campingvogn og bil er også dyrere, fordi vi har valgt, at vi gerne vil have det lækkert, når vi rejser rundt og holder ferie i vores campingvogn, som vi kalder mobilehome"

- Mand, 60 år, svensker,
Camp Møns Klint

"Vi skulle prøve det her glamping, vi havde lyst til at prøve noget andet end charterferie plus vi generelt gerne vil være mere miljøbevidste."

- Kvinde, 32 år, dansker,
Camp Møns Klint



4.3. Hotel- og erhvervsturisme som økonomisk vækstdriver

STYRKER

- Højt døgnforbrug hos hotelgæster, særligt blandt erhvervsturister
- Stor værdiskabelse på 37% af regionens kommercielle turismeforbrug mod kun 16% af de kommercielle overnatninger
- Vækst i hotelovernatninger på hele 59% siden 2009
- Vækst i hotelkapaciteten med 12% flere værelser side 2009
- Vækst i kapacitetsudnyttelse fra 42% til 49% siden 2008
- Mindre sæsonafhængighed
- Udbredt konferencekapacitet især i nogle kommuner

UDFORDRINGER

- Lav markedsandel på 4,7% af hotelovernatningerne i Danmark og 6,4% af hotelkapaciteten malt på sengepladser
- Manglende (hotel)kapacitet
- Mange små hoteller med lav konkurrenceevne
- Manglende konferencekapacitet i nogle kommuner

Lav kapacitet og kapacitetsudnyttelse, men stor værdi

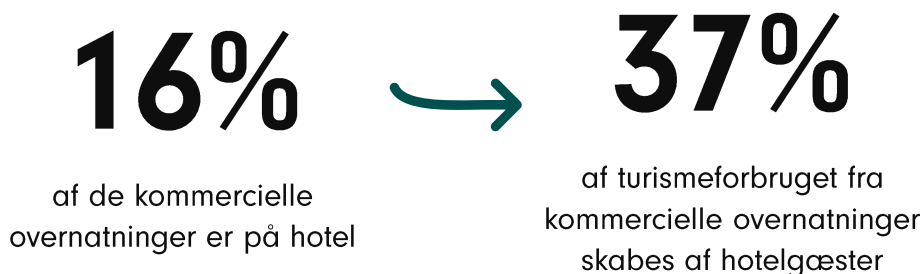
Hotelturismen – og særligt erhvervsturismen – udgør et væsentligt potentiale som følge af den store værdi, forretningsområdet skaber på Sjælland og øerne på trods af en i dag relativt lav kapacitet.

Der blev foretaget godt 750.000 hotelovernatninger i Region Sjælland i 2018 (samt yderligere knap 130.000 overnatninger i små hoteller, som ikke indgår i statistikken). Det gør hotelturismen til den tredjestørste overnatningsform i regionen med 16% af regionens kommercielle overnatninger. Hotelgæsterne forbrugte samlet set godt 2 mia. kr., hvilket svarer til hele 37% af regionens samlede turismeforbrug fra kommercielle overnatninger. Det høje turismeforbrug ift. overnatninger skyldes, at hotelgæster (og særligt erhvervsgæster) har et højt gennemsnitligt døgnforbrug på 2.444 kr. for erhvervsgæster og 1.140 kr. for feriegæster.

Hotelturismens høje værdiskabelse gør i sig selv overnatningsformen interessant. Hertil kommer, at hotelturismen er i vækst og antallet af overnatninger er steget med hele 57% siden 2009.

Region Sjælland har de senere år haft en stigende hotelkapacitet (udbud), som er gået hånd i hånd med en stigende kapacitetsudnyttelse (efterspørgsel) frem mod 2017 (trenden er dog stagneret fra 2017-2018). Dog er kapacitetsudnyttelsen på et lavere niveau end i de øvrige regioner (49%).

Region Sjællands primære udfordring er, at regionen på trods af væksten i udbuddet fortsat har en markant lavere hotelkapacitet end de øvrige regioner: 6,4% af landets hotelværelser og –sengepladser er placeret i geografien, hvilket dog kun udmønter sig i en markedsandel på 4,7% af de kommercielle hotelovernatninger i hele landet som følge af en lavere kapacitetsudnyttelse.



Erhvervsturismen

Hotelturismen i geografien er tæt forbundet med erhvervs- og mødeturismen. Knap halvdelen af alle hotelovernatninger i regionen er forretningsrelaterede overnatninger og derudover kortlægger analysen en vis konferencekapacitet bestående af i alt 61 mødesteder med plads til minimum 100 siddende mødegæster.

Erhvervsturismen er ikke overordnet set en styrkeposition i regionen, men skaber lokalt stor værdi bl.a. i Slagelse og Roskilde Kommune, og har dertil stor relativ betydning i nogle indlands-/centrale kommuner.

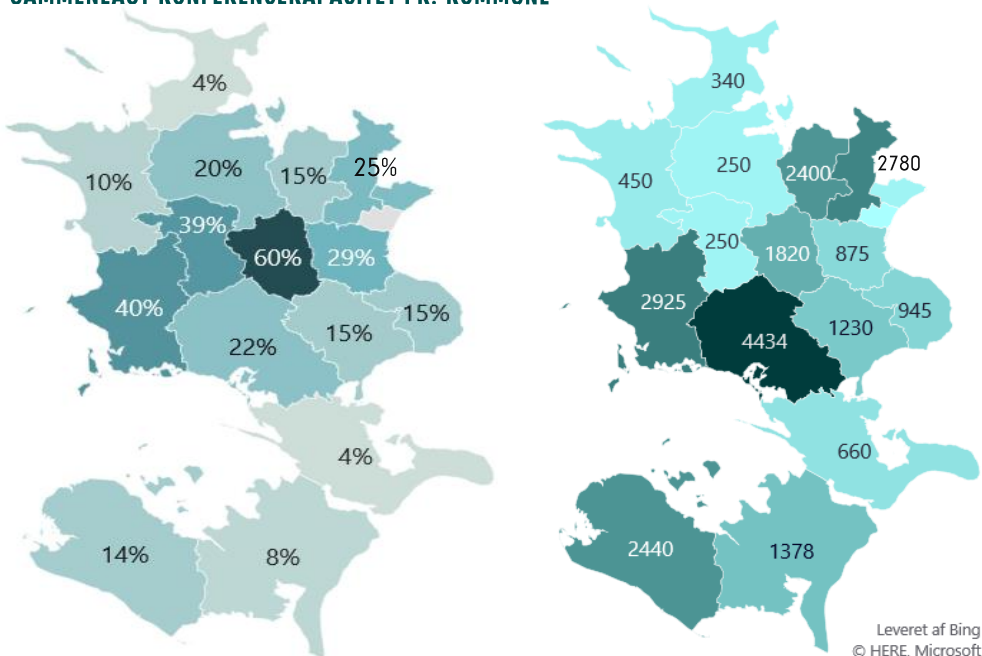
I alt står erhvervs- og mødeturismen for 19% (2,5 mia. kr.) af den samlede omsætning skabt af turismen i geografien – halvdelen stammer fra overnattende forretningsrejsende og halvdelen fra endagsmøder. En betydelig omsætning, men dog har Sjælland den næstlaveste andel af erhvervsturisme blandt de fem regioner i Danmark.

Vækst i erhvervsrelaterede overnatninger

Ser vi til gengæld på udviklingen i erhvervsrelaterede overnatninger på hotel siden 2015, har regionen en flot årlig vækst på 4,8%, hvilket er den største årlige vækst på landsplan.

Selvom væksten sker på baggrund af et relativt lavere udgangspunkt, viser det ikke desto mindre et potentiale for, at erhvervs- og mødeturismen og hotelturismen kan blive en vækstdriver for regionen i fremtiden.

KORTLÆGNING: ERHVERVSTURISMENS ANDEL AF KOMMUNENS SAMLEDE TURISMEOMSÆTNING OG SAMMENLAGT KONFERENKAPACITET PR. KOMMUNE



Kortlægning og analyser af potentialer i turismeudbudet, Wilke/KVEA 2019



4.4. De små hoteller

STYRKER

- Relativt stort udbud af små hoteller
- Vækst i antallet af overnatninger og kapacitet tyder på stigende efterspørgsel og engagement i udvikling af et udbud
- Passer godt til stigende efterspørgsel efter autenticitet og ro i overnatningsformer og oplevelser samt en bæredygtig turismeoplevelse

UDFORDRINGER

- Lav kapacitetsudnyttelse
- Manglende viden om de små hotellers kvalitet og placering ift. efterspørgslen
- Manglende synlighed, særligt over for et internationalt publikum
- Risiko for høj pris ift. kvalitet

En bæredygtig oplevelse

De små hoteller og Bed & Breakfasts (B&B) udgør et interessant potentiale, fordi de rummer en mulighed for at levere en mere autentisk og skræddersyet oplevelse til turisterne. Dermed kan de små hoteller matche den søgen efter autenticitet og ro i overnatningsformer og oplevelser, som flere turister giver udtryk for, samt spirende initiativer i kommunerne til udvikling af nye overnatningsformer.

Et stort udbud – relativt set

Når vi kigger på regionens udbud, fremgår det, at der i 2016 blev foretaget knap 130.000 overnatninger i små hoteller med 10-39 gæstesenge – ud over de ca. 750.000 overnatninger i hoteller med mere end 40 sengepladser. Det svarer til, at 15 % af hotelovernatningerne i regionen var på små hoteller. Det er primært danske turister, der gør brug af de mindre overnatningssteder.

Herved er det tydeligt, at Sjælland og øerne har et relativt stort udbud af mindre hoteller. Faktisk udgør hoteller med 10-39 gæstesenge hele 19 % af Region Sjællands hotelsengekapacitet. De små hoteller er dog udfordret af en lavere kapacitetsudnyttelsen på i gennemsnit 28 % (sammenlignet med 35 % i hoteller med mindst 40 gæstesenge).

Efterspørgslen efter små overnatningsformer bekræftes af en vækst i markedet for mindre hoteller på landsplan, idet antallet af overnatninger på små hoteller er steget med 9 % i fra 2011 til 2016. Samtidig er antallet af mindre hoteller er steget med 13 % og antallet af sengepladser i små hoteller er steget med 9 %. Væksten i kapaciteten i små hoteller er således steget kraftigere end blandt hoteller med mindst 40 senge.

I lyset af en svag hotel-kapacitet, særligt til ferieformål, udgør de små hoteller og B&Bs et interessant potentiale med en vis uudnyttet kapacitet. Med udgangspunkt i geografis relative styrke på området kan de små overnatningssteder udvikle sig til et særligt kendetegn for Sjælland og øerne og som umiddelbart matcher et behov i efterspørgslen.

Ifølge interviewede interessenter er det dog usikkert, hvorvidt den uudnyttede kapacitet der findes i små hoteller og B&Bs i dag har tilstrækkelig kvalitet til at efterkomme turisternes behov og har en god balance mellem pris og kvalitet.

67

små hoteller i Region Sjælland i
2016, samt ca. 373 B&B

9%

vækst i antal overnatninger på
mindre hoteller på landsplan



4.5. Købstædernes tæthed og shoppingmiljø

STYRKER

- Stort udbud af købstæder i ordets rette forstand (24 ud af landets 81 købstæder)
- Grundlagt i middelalderen og har derigennem en iboende kulturarv
- Flere af købstæderne tilbyder et levende by- og shoppingmiljø, som benyttes aktivt af turisterne

UDFORDRINGER

- Købstæderne er ikke reason to go i dag
- Manglende kendskab blandt turisterne
- Nedgang i antallet af butikker i byerne
- Svingende aktivitet og turismemæssig kvalitet i købstæderne
- Manglende vedligehold og iscenesættelse af kulturarv og bymiljø mange steder

Høj tæthed og mangfoldighed

Sjælland og øerne har en høj tæthed og mangfoldighed af købstæder, som betyder, at man som turist i området altid er tæt på en købstad.

Ifølge Dansk Center for Byhistorie findes der 81 (tidligere) købstæder i Danmark, hvoraf 24 ligger i Region Sjælland. Købstæderne er interessante i kraft af deres karakter som stedbundne vidnesbyrd om lokalområdets specifikke historie og kulturarv, og fordi de udgør et defineret, afgrænset udbud baseret på en betegnelse, der ikke længere er aktuel. Der kommer altså ikke flere købstæder (eller byer, der kan brande sig som købstæder), end dem, der allerede findes. Og heraf har regionen altså en betydelig andel.

Derudover er købstæderne relevante i kraft af deres funktion som primær kilde til shoppingmuligheder og byliv. En aktivitet, som turisterne på trods af en tilsyneladende kyst- og naturbaseret ferie i vid udstrækning benytter sig af.

Interessant kulturarv – men kun delvist formidlet

Hvad angår den første af de to funktioner, har købstæderne den kvalitet, at mange er grundlagt i middelalderen og derigennem besidder en iboende kulturarv, som nogle steder kan ses i bygninger, brostensbelagte gader mv

Købstæderne opfattes derfor som en potentiel styrkeposition for Sjælland og øerne af flere interviewede interessenter.

Ser vi på den del af købstædernes turismeattraktivitet, der er centreret omkring kulturarv, peger analysen på, at enkelte af regionens købstæder er lykkedes med at bibeholde og iscenesætte kulturarven, så den har en reel turismemæssig værdi.

Det gælder fx den lille købstad Nysted og den gamle by i Næstved.

I en lang række af regionens købstæder er de historiske levn i bygninger og gader ikke tilstrækkeligt iscenesat, vedligeholdt eller helt forsvundet på bekostning af købstadens attraktivitet.

KORTLÆGNING: KØBSTEDER & KOMMUNALE HOVEDBYER



Kortlægning og analyser af potentialer i turismesubjektet, Wilke/KVEA 2019

Købstæderne som shoppingcentrum

Ser vi på købstædernes anden funktion som shoppingcentrum og udbud af bymæssige oplevelser til turisterne, indikerer nedgangen i antallet af butikker i alle næsten alle kommuner, at det turismeudbud, som købstæderne repræsenterer, er udfordret.

Dette billede bekræftes af den kvantitative markedsanalyse, som viser, at relativt få turister, der forbinder Region Sjælland med byliv, shopping og cafeer mv. Både blandt danskere og nordtyskere indtager det en 5. plads over oplevelser, man forbinder med regionen (overgået af natur, afslapning, strandliv, historiske steder (DK) og aktiviteter og sport (DE)).

Når købstæderne på Sjælland og øerne nævnes som et væsentligt potentiale, afspejler det også, at kyst- og naturturister i vid udstrækning efterspørger adgang til indkøbsmuligheder, byliv og spisesteder – hele året. En efterspørgsel, som er interessant i forhold til målsætninger om at øge døgnforbruget blandt turisterne og skabe øget omsætning og værdi fra turismen.

Indfrielse af dette potentiale forudsætter dog en målrettet udvikling af udvalgte købstæder som styrker rammerne for byliv, aktivitet og shopping.

20%

nordtyskere forbinder Sjælland med shopping, byliv, cafeer mm.

13%

danskere forbinder Sjælland med shopping, byliv, cafeer mm.

Sjællands potentiale som rejsemål – en markedsundersøgelse i Danmark og Nordtyskland, Wilke/KVEA 2019