

2024-2030

En fælles strategi

for bæredygtig turismeudvikling
i Destination Kystlandet

Odder
Kommune



Horsens Kommune



HEDENSTED
KOMMUNE

Destination
Kystlandet

Forord

Turismen i vores kommuner er vigtig, fordi den som Danmarks 4. største eksport-erhverv bidrager til både den lokale vækst og udvikling. Gæsternes forbrug skaber stedbundne arbejdspladser, erhvervs- og landdistriktsudvikling, oplevelser og attraktioner, som også giver værdi for kommunernes egne borgere. Derudover brander turismen vores område – hvilket påvirker såvel bosætning som huspriser positivt. At arbejdet med turismen har så mange sideeffekter gør, at vi er mange interessenter. Og potentialet, når vi står sammen, er derfor kæmpestort.

Da det strategiske arbejde med turismen ikke kun påvirker turisterhvervet i sig selv – men os alle sammen – ønsker vi tre ejerkommuner at skabe en fokuseret og ansvarlig turismeudviklingsindsats i dét fællesskab, vi gennem etablering af Destination Kystlandet har skabt. Formålet med vores fælles turismestrategi er derfor at sikre en bæredygtig destinationsudvikling i vores område, der sigter mod at styrke den miljømæssige, økonomiske og sociale udvikling på mest hensigtsmæssig vis.

Strategien er resultatet af en proces, der er løbet over efteråret og vinteren 2023, hvor mere end to hundrede virksomheder og lokalpolitikere har deltaget på i alt fire workshops. Sammen med eksisterende udviklingsplaner og erfaringer fra projektet Længe Leve Horsens Fjord og de pejlemærker, der er sat i Den Nationale Strategi for bæredygtig vækst i dansk turisme, har de mange input fra workshopsene sat rammerne for strategiens værdier og indsatser.

I den forbindelse skal der lyde en stor tak til alle de erhvervs- og samarbejds-partnere, der har bidraget til arbejdet med strategien herunder partnere i Destination Kystlandet, Dansk Kyst- og Naturturisme, VisitDenmark, Erhvervshus Midtjylland, Dansk Erhverv og vores tre lokale erhvervsfremmeorganisationer; Udvikling Odder, Business Horsens og Hedensted Erhverv.

Sammen står vi stærkere.



”En *stedbunden* arbejdsplads er en arbejdsplads, der hænger fysisk uløseligt sammen med vores geografi. Man kan således ikke flytte arbejdspladser på et hotel eller campingplads til et andet land, fordi arbejdskraften her er billigere.”



”Bæredygtighed
er et grundfundament
for vores turisme”

Indledning

Destination Kystlandet blev etableret i 2020 som et fælles destinationsselskab for Odder, Horsens og Hedensted kommuner, som dermed konsoliderede vores turismeindsats. Destination Kystlandets har siden da som organisation arbejdet med et strategisk fokus på tre interne spor; **kendskab, information og destinationsudvikling.**

Men *destinationsudviklingen* sker ikke i et vakuum. Den kræver et tæt samspil mellem os tre kommuner for at indfri det store potentiale, vores fælles geografi rummer. Et potentiale, hvor de overordnede forudsætninger er at skabe særlige oplevelser for besøgende og at styrke vores lokalsamfund. Med denne turismestrategis tre indsatsområder; **attraktionskraft, sammenhæng og samarbejde**, sætter vi derfor en fælles retning for vores destinationsudvikling. Og dette sker naturligvis med bæredygtighed som et grundfundament.

Værdierne for det strategiske arbejde er **benyt/beskyt, historien som DNA og turisme for alle**, der alle er inspireret af den nationale strategi. Indsatsområderne og værdierne skal understøtte vores fælles vision om at sætte Destination Kystlandet på verdenskortet gennem en balanceret turismeudvikling.

Det gør vi bedst ved at udnytte vores samlede styrker, så vi kan skabe en holdbar og fremtidssikret turisme, der tiltrækker besøgende, understøtter turisterhvervet hele året, gavner lokalsamfund, og hvor vi beskytter, bevarer og værner om mennesker, miljø, natur og kulturarv.

Værdier

Vores værdier skal være retningsgivende for den bæredygtige turismeudvikling samt prioritering af projekter. Det er derfor afgørende, at nye tiltag og projekter bidrager til en positiv udvikling på mindst ét af de parametre, værdierne dækker over:

01

Benyt og Beskyt

Ansvarlig brug af naturressourcer gennem implementering og god formidling af adfærdskodeks. Nudging og wayfinding, der samlet set mindsker gæstens og borgerens miljøpåvirkning og fremmer naturbevarelse.

02

Historien som DNA

Vi vil bruge vores fælles historie i udvikling og formidling, så vi styrker destinationens identitet og autenticitet. Vi vil samtidig understøtte kulturarvsbevarelse samt skabe økonomiske muligheder gennem turismeprodukter, der er forankret i historisk storytelling.

03

Turisme for alle

For at sikre, at vores område er attraktivt og imødekomende for alle gæster, herunder mennesker med funktionsnedsættelse, vil vi arbejde for at skabe flere tilgængelige oplevelser og styrke formidlingen af disse.



Tre strategiske indsatsområder

Med denne strategi ønsker vi at sætte fælles retning for, hvordan vi udvikler turismen i Destination Kystlandet. Det gør vi med følgende tre indsatsområder:

01

Vi vil arbejde med **attraktionskraft**, så vi differentierer os som destination. Det gør vi ved at fremhæve og udvikle de unikke kendetegn ved vores område. Det skaber en unik oplevelse, som turister ikke kan finde andre steder.

02

Vi vil sikre, at vi med strategien skaber **sammenhæng** i turistoplevelsen. Det betyder, at vi gør bevægelsen rundt i og mellem vores tre kommuner naturlig og uhindret for besøgende, så de lettest muligt oplever den mangfoldighed, vores destination har at byde på.

03

Vi fokuserer på at styrke **samarbejdet** mellem de mange turismeinteressenter – kommercielle som ikke-kommercielle – så det bliver lettere at arbejde sammen mod fælles mål. Ved at styrke disse samarbejder skaber vi også givende synergier og øger muligheden for ressourcodeling.



Da bæredygtighed er vores grundfundament, er hvert spor under de tre indsatsområder markeret med et symbol, som knytter sig til ét eller flere af de tre bæredygtighedsparametre:

♥ **Social bæredygtighed**

🌱 **Miljømæssig bæredygtighed**

💰 **Økonomisk bæredygtighed**

Attraktions- kraft

01

Naturen som attraktion 🌿

Naturen i vores område byder på mange oplevelser – og viser tydelige spor af en dramatisk udvikling gennem titusindvis af år. Naturens særegenhed er med til at differentiere os fra øvrige ferieområder, hvilket vi skal bruge proaktivt i vores stedsudvikling. Vi skal i forlængelse heraf arbejde på at få skabt nye fysiske og ansvarlige turismeprodukter. .

02

Kulturen som tiltrækningskraft ❤️💰🌿

For mange turister er adgangen til kulturelle oplevelser vigtig for deres valg af feriedestination, og vores kulturelle fyrtårne, museer, teatre, festivaler, koncerter og åbne værksteder er hver især med til at give et indblik i vores områdes kulturhistoriske identitet. Her spiller også udviklingen af vores lokale madkultur en vigtig rolle, herunder bl.a. samspillet mellem restauranter og lokale fødevarerproducenter. Alle er med til at skabe tiltrækning og økonomisk udvikling i vores tre kommuner. Derfor skal vi aktivt bruge vores alsidige kulturelle tilbud som styrkeposition for vores destination. .

03

Modet som oplevelse 🏠

Destinationen har et uudnyttet potentiale som mødedestination – placeret midt i landet. Vi skal styrke fortællingen om erhvervsturismens mange muligheder igennem effektivt netværksarbejde med overnatnings-, møde- og konferencesteder. Her vil vi arbejde med bæredygtighed, øget synlighed og en koordineret indsats for salg. Vi vil bruge destinationens oplevelser som fundament for tiltrækning af møder og konferencer, og derved understøtte, at gæsten oplever mere end bare et møde.





Sammen -hæng

01

Infrastruktur og planlægning 🏗️ 💰

Vi har et øget fokus på at tænke turismen og oplevelser ind i planlægningen af kommunale områder. Planlægningen kan indbefatte arealer, cykel- og vandreruter, byggeri og klimasikring, og er afgørende for en bæredygtig turismeudvikling i vores destination, ligesom den er afgørende for at tiltrække endnu flere eksterne investeringer.

02

Data og digitalisering 📊 💰

Sammenhængende digitale og teknologiske løsninger og et bedre datagrundlag forbedrer både gæstens oplevelse og adfærd. Derfor vil vi styrke turismens digitale infrastruktur, forhøje konkurrenceevnen, tydeliggøre klimainsatsen samt sikre sammenhængskraften i turismens digitale økosystem. På den måde kan iværksættere, virksomheder, kommuner, vidensinstitutioner og destinationsselskaber samarbejde med udgangspunkt i fælles platforme og data.

03

Formidling ❤️ 💰

Vores formidling af området skal sikre en øget tilgængelighed og sammenhæng i turistens brugerrejse lige fra digital planlægning af rejsen til fysisk skiltning i destinationen, så der opleves en gennemgående, tryk og genkendelig informationsformidling.

Samarbejde

01

Nye økonomiske partnerskaber: Offentlige, private og filantropiske 🏡 ❤️ 💰

En vellykket konsolidering af vores tre kommuners turismeindsats i Destination Kystlandet gør det nemmere for flere partnere at være medvirkende ind i turismeudviklingen. Erfaring viser, at når offentlige, private og filantropiske organisationer arbejder sammen, skabes nye muligheder for stærkere projekter end de, der kun drives af et enkelt område eller organisation. Målet med indsatsen er derfor at opsøge og understøtte økonomiske partnerskaber, der kan spille en afgørende rolle i turismeudviklingen.

02

Netværk og klyngedannelse ❤️ 💰

Destination Kystlandets mange erhvervspartnere er en del af destinationens kerneprodukt og fortælling. Vi ønsker at kæde turismeerhvervet, detailhandlen og oplevelserne bedre sammen, så vi sikrer mersalg og innovation i produktudviklingen. Målet er at skabe flere sammenkædende turismeprodukter, der kan resultere i en større helhedsværdi, nye forretningsmuligheder, øget turismetilstrømning, forlængelse af sæsonen og lokal økonomisk vækst.

03

Lokalt samarbejde om stedsudvikling ❤️

Vi vil i udvikling, etablering og drift af projekter om lokal stedsudvikling i landdistrikterne inddrage lokalråd og lokale foreninger for at sikre ejerskab og velvilje overfor nye tiltag. På den måde skabes der kvalitetsoplevelser for gæsten, der samtidig er til gavn og stolthed for borgere og lokalsamfund.



Hvad sker der herfra?

Strategien danner både grundlag for samarbejdsaftalen med Destinations Kystlandet og ramme for det tilknyttede handlingskatalog, hvor ansvarsfordeling mellem kommuner og destinationsselskab er fastlagt. Det sikrer, der kommer handling bag ordene. Til gavn for os alle. For:

Sammen står vi stærkere.

