

Turismestrategi for Lolland Kommune

1. Indledning

Byrådet i Lolland Kommune vil gerne sætte fokus på udviklingen af turisterhvervet i retning af vækst, øget professionalisme og større robusthed. Det sker med en ny turismestrategi, der stiller skarpt på ambitionsniveau og fokusområder for turismen, og med turisterhvervet og ønsket om at skabe lokale arbejdspladser i centrum. I strategien indrammer Lolland Kommune de konkrete indsatser, økonomien og kommunens rolle for en realistisk udvikling af turisterhvervets potentiale med udgangspunkt i de kvaliteter og ressourcer, som vores egn tilbyder - nu og i fremtiden. Strategien leverer også oplæg til, hvordan Lolland Kommune på bedste måde kan understøtte en fokuseret destinationsudvikling gennem organisering, kompetenceudvikling og understøtning af turisterhvervet.

Turismestrategien kobler sig naturligt til en række andre strategier og samarbejder:

- "Det Nye Lolland"; Lolland Kommunes Plan- og Udviklingsstrategi 2016-2030
- Den nye nationale organisering på turismeområdet samt den nye nationale satsning på kyst og naturturisme
- Regeringens vækstudspil november 2015
- KL's anbefalinger for turismeområdet til regeringen januar 2016
- Regeringens nationale turismestrategi (forventes i efteråret 2016)
- Det regionale samarbejde (Guldborgsund, Business Lolland-Falster, Vordingborg, Sydsjælland & Møn)

I Lolland Kommunes bymønstre er der udpeget to turistcentre; Bandholm og Rødbyhavn. De ligger i tilknytning til kommunens landskendte attraktioner og skal fungere som vækstlokomotiver for turisterhvervet. Med denne udpegning understreger Lolland Kommune sit engagement i videreudviklingen af de to områder og attraktioner, som for deres part forventes at bidrage til den samlede turisme- og turisterhvervsudvikling i hele kommunen. Omegnen omkring de to turistcentre betragtes som udviklingsområder med et særligt potentiale for at understøtte og udvikle turismeerhvervet. Derudover eksisterer der også en række områder, som allerede har velfungerende turismevirksomheder og attraktioner. Turismestrategien fokuserer på udvikling af nye aktiviteter, hovedsageligt i turistcentrene og udviklingsområderne, samt på understøtning af væksten i eksisterende aktiviteter i alle tre områder.

For at imødegå de behov og ønsker som fremtidens turisterhverv har, er der i turismestrategien fokus på det behov, der er for investering i og udvikling af nye oplevelser og samarbejder, samt på opgradering af kompetencer og fysiske rammer.

Lolland er en del af en større turismegeografi, og Lolland Kommune er derfor ambitiøs i forhold til samarbejdet med Guldborgsund Kommune, Vordingborg Kommune og Visit Sydsjælland og Møn. Konkret betyder det, at kommunens arbejde vil være forankret i en tæt koordinering med de respektive kommuner samt Business Lolland-Falster og med de regionale fora for turisme, fx Visit Sydsjælland og Møn, ligesom Lolland Kommune vil arbejde for, at de lokale turistaktører i højere grad kommer til at indgå i større sammenhæng med de øvrige store turistaktører i den regionale geografi.

Lolland har både muligheder og udfordringer, når det gælder turismen og udviklingen af turisterhvervet. Bilag 1 indeholder en SWOT-analyse, som ligger til grund for målsætninger, udviklingsprincipper og indsatser i strategien. Strategisk kan mulighederne opsummeres i tre hovedtemaer for turismen:

- **Kyst og Natur**
- **Kultur og Mad**
- **Aktivitet og Oplevelser**

Formålet med de tre hovedtemaer er at samle, styrke, synliggøre og skabe sammenhænge mellem tilbud og aktiviteter indenfor hhv. de kyst- og naturnære oplevelser, kulturoplevelserne og fødevarerproduktionen samt den aktive ferie, de store og små sportsevents og attraktionerne.

Strategien er blevet til i en involverende proces, hvor turisterhvervets aktører har været talrigt repræsenteret. Bilag 2 indeholder en beskrivelse af processen, samt hovedanbefalinger fra turisterhvervet. Disse hovedanbefalinger ligger også til grund for strategiens indhold.

Bilag 3 indeholder en oversigt over økonomiske nøgletal, der ligger til grund for de konkrete strategiske mål.

2. Vision

I samarbejde med en række turistaktører og andre interessenter, er der udviklet en vision for Lolland som turistdestination. Visionen er Lolland Kommunes bud på det Lolland, som turisterne fortæller om, når de kommer hjem, og som gør, at de kommer igen og anbefaler Lolland til andre som feriemål.

”Lolland er Hele Danmarks Sydkyst; en populær turistdestination, der udbyder unikke og autentiske oplevelser i et stærkt samarbejde mellem lokale turismeaktører, hvor kvalitet og service er i højsædet. Omdrejningspunktet er kysten, naturen, kulturen, de lokale fødevarer og de mange oplevelser og aktivitetsmuligheder.”

Afledt af visionen for turisternes Lolland opstilles en vision for udviklingen i turisterhvervet:

”Lollands turisterhverv er i vækst, turistvirksomhederne arbejder professionelt og giver afkast, der sikrer robusthed, og udviklingen skaber flere lokale arbejdspladser med mulighed for beskæftigelse indenfor et bredt spænd af kompetenceprofiler.”

3. Strategiske udviklingsprincipper

Lolland Kommunes turismestrategi bygger på seks udviklingsprincipper, som, i den strategiske prioritering af hvilke projekter og tiltag, kommunen vælger at understøtte, vil fungere som rettesnor.

Udviklingsprincipperne, som gennemgås herunder, er bygget op omkring, hvilke initiativer og aktører der er fokus på, og teksten giver eksempler på, hvordan dette konkret vil blive udmøntet i forhold til, hvad Lolland kommune involverer sig i. Generelt vil Lolland Kommunes rolle være af rådgivende, koordinerende og igangsættende karakter og med fokus på erhvervets færdigheder og muligheder.

#1: Værdikædebaseret udvikling af oplevelser og projekter

Fokus på initiativer, der tilføjer værdi i så mange led af erhvervskæden som muligt, og på aktører, der indgår i netværk på tværs med andre aktører - såvel frivillige som erhvervsaktører.	<i>Konkret kan det f.eks. betyde, at for at få kommunal opbakning til udvikling af et projekt, skal frivillige og erhvervsaktører kunne argumentere for, hvordan projektet indgår i en eller flere værdikæder og genererer værdi for så mange som muligt, samt hvordan de indgår i netværk med de øvrige aktører.</i>
---	---

#2: Samlet indsats og større initiativer

Fokus på initiativer med større format, og fokus på at samle indsatsen således, at der er flere projekter samme sted, og/eller flere projekter med udgangspunkt i samme historiefortælling/oplevelsestilbud.	<i>Konkret kan det f.eks. betyde, at den kommunale opbakning koncentrerer sig i de udpegede udviklings- og turismeområder, og at kommunen indgår i sammenhænge, hvor der arbejdes med større projekter/initiativer, fx med et 10-årigt perspektiv, og bidrager med understøttning af projektudvikling og projektansøgninger.</i>
--	--

3: Autenticitet og formidling

Fokus på initiativer, der understøtter og formidler de autentiske fortællinger om/fra/for Lolland i en større sammenhæng. Særligt fokus på naturparker, herregårde, mad/jord-til-bord/lokale råvarer, diget og købstæderne i tråd med de tre hovedtemaer for turismen.	<i>Konkret kan det f.eks. betyde, at den kommunale opbakning koncentrerer sig omkring projekter, der demonstrerer sammenhængende formidling af høj kvalitet af de oplevelser, der er særlige for Lolland.</i>
--	---

4: Selvbærende aktiviteter

Fokus på initiativer, der har et konkret mål om – og en plan for – at blive selvbærende. Lolland Kommune har (sammen med Business LF og Guldborgsund Kommune) fokus på at igangsætte samarbejde mellem erhvervsaktører, investorer og frivillige aktører med det formål, at aktørerne selv overtager og udvikler og driver initiativerne videre.	<i>Konkret betyder det f.eks. at den kommunale rolle i opstarten af initiativer er dagsordensættende, men at indsatsen koncentrerer sig om projekter, hvor der også i opstarten er en tilkendegivelse af, hvem der fremadrettet er ansvarlig for projekternes udvikling og drift.</i>
--	---

5: Udbygning, tilpasning og opkvalificering af overnatningskapaciteten

Fokus på tiltrækning af investeringer og initiativer der har flere – og bedre – overnatningspladser som omdrejningspunkt. Særligt fokus på investering i udnyttelse af eksisterende udstykninger til sommerhuse og hoteller (dvs. nybyggeri).	<i>Konkret kan det f.eks. betyde, at den kommunale opbakning koncentrerer sig om direkte samarbejde med større investorer, og om kobling af ideer og potentielle investorer.</i>
---	--

6: Samarbejde

Fokus på initiativer, der går på tværs af geografien, dvs. Lolland, Falster, Møn og Sydsjælland med tilhørende kommuner og/eller initiativer, som tænker sig selv i en større geografi. Særligt fokus på en tydelig rollefordeling, f.eks. i forhold til hvilke opgaver, der varetages af erhvervsaktører, hvilke opgaver frivillige foreninger inviteres ind til at løse, og hvilke opgaver der hører hjemme i den kommunale forvaltning.

4. Mål

Turismestrategiens perspektiv er 10-årigt. For at kunne måle på effekten af strategien i implementeringsfasen arbejdes ud fra en baseline, der baserer sig på data for den samlede omsætning i turisterhvervet, antallet af beskæftigede i erhvervet og antallet af overnatninger fordelt på segmenter og overnatningstype. Data, der indgår i denne baseline, opdateres fra centralt hold via Danmarks Statistik. Dette giver mulighed for kontinuert at følge udviklingen samtidig med, at der er behov for at supplere med data for de virksomheder, der ikke indberetter til Danmarks Statistik. Denne baseline suppleres med økonomiske nøgletal fra områdets virksomheder med henblik på at få en indikation af udviklingen i virksomhedernes konkurrenceevne, værdiskabelse, investeringsniveau og investeringskapacitet. Det samlede sæt af økonomiske nøgletal kan ses i bilag 3

Baseline og nøgletal repræsenterer det konkrete volumen i turisterhvervet. Der stræbes i strategiperioden konsekvent efter en topplacering når væksten i turisterhvervets volumen sammenholdes med de tilsvarende tal for resten af kyst-Danmark.

Derudover er det et strategisk mål at videreudvikle eksisterende aktørnetværk og aktiviteter for turismeaktører i samarbejde med business Lolland-Falster, Lolland Turistråd og Guldborgsund kommune.

5. Indsatsområder

Der arbejdes med fem konkrete indsatsområder for Lolland Kommune: rammebetingelser, fysiske greb, erhvervsudvikling, formidling og organisering & rollefordeling. Herunder gennemgås for hvert indsatsområde eksempler på hvordan indsatsen kan udmøntes.

Rammebetingelser

Med henblik på understøttelse af samarbejdet mellem investorer, myndigheder og aktører (foreninger/erhverv) vil Lolland Kommune fortsætte arbejdet på flere strategiske niveauer. For det første med at forbedre rammevilkårene generelt, gennem interessevaretagelse på nationalt plan i forbindelse med lempelser af planloven eller fx i forbindelse med muligheden for indførelse af ny lovgivning på kurtaxe området mv. For det andet med at forbedre rammevilkårene lokalt i den konkrete planlægning i kommunens regi, fx gennem udpegning af kulturmiljøer og videreudvikling af sommerhusområder i arbejdet med Kommuneplanen. Her vil der også være fokus på understøttelse af samarbejdet mellem investorer og aktører (erhverv og foreninger). Endelig gennem samarbejde med lokale aktører om at udnytte støtteordninger og andre muligheder, som fx ansøgninger om kystnærhedsprojekter.

Fysiske greb

Lolland Kommune har mulighed for at arbejde med en række konkrete greb, der giver bedre fysiske rammer for turister og turisterhverv. På Lollands sydkyst fokuseres der – med udgangspunkt i anbefalingerne i rapporten "Diget – Hele Danmarks sydkyst, Potentialeplan for Lolland Sydkyst" – på fysisk udvikling i områderne Rødbyhavn/Lalandia og Kramnitse. Diget er den samlende overskrift for sydkysten, og de fysiske greb vil her blive udfoldet som støttepunkter og formidling af området. Efterhånden som forlandet ud for Lalandia tager form i takt med etableringen af Femern tunnelen, vil der blive arbejdet med udnyttelsen af området til nye aktiviteter. I forhold til naturparkerne vil kommunen have fokus på at øge tilgængeligheden og formidlingen af naturen, både i de eksisterende naturparker og i de områder, der potentielt kan blive det (fx Hyllekrog og Smålandsfarvandet). Herregårdslandskabet skal synliggøres, og her

har Lolland Kommune fokus på bygningsarven og hvordan den kan komme i spil i nutidens turismeoplevelse (lokale fødevarer, cykelturisme, åbne herregårde/haver mm). Fælles for de fysiske udviklingsgreb er at Lolland Kommune målrettet søger midler til medfinansiering, fx gennem Områdefornyelsesprogrammet (UIBM) og selvstændige fonde (Realdania, Nordea mm).

Erhvervsudvikling

For at tiltrække investeringer i turisterhvervet vil Lolland Kommune fokusere på mulighederne for at investere i kommunens geografi – fx gennem offentlige-private partnerskaber (OPP).

Forretningsudviklingen i det eksisterende turisterhverv understøttes ved at fokusere på at udvikle oplevelser og værtskab, skabe pakkeløsninger og sammenhængende tilbud, samt etablere en samarbejdsplatform for turismeaktører. Denne indsats løftes i samarbejde med Business Lolland-Falster, Guldborgsund Kommune og Lolland Turistråd.

I samarbejde med (lokale) investorer arbejdes der mod at udvide overnatningskapaciteten, dels gennem udvikling af kommerciel sommerhus- og feriehusudlejning i eksisterende huse, dels gennem modning af uudnyttede sommerhusudstyknings. Hertil kommer en indsats fokuseret på synliggørelse af flexboligordningen blandt andet finansieret af Landdistriktspuljen.

Med Femern-forbindelsen kommer vi tættere på et stort tysk marked – men også på en stærk nordtysk turistdestination, som det østlige Danmark og de øvrige skandinaviske lande samtidig får nemmere adgang til. Der skal derfor allerede nu og i anlægsfasen tænkes turismeaktiviteter ind, der understøtter destinationsudviklingen således, at byggeriet ikke bare indirekte men også direkte bidrager til vækst og arbejdspladser i turisterhvervet. Her tænkes fx både på erhvervsturisme i form af delegationsbesøg til byggeriet og på udviklingen af det nye forland med lagune og naturområde ved Rødbyhavn. Særligt Lalandia vil qua sin placering ved Rødbyhavn kunne drage direkte nytte af forlandet, og det kan bidrage til yderligere udvikling af den ene af kommunens to landskendte attraktioner og af det turistmæssige udviklingsområde, som ligger omkring Rødbyhavn.

Formidling

Indsatsen på formidlingsområdet fokuserer på at få de eksisterende tiltag til at fungere bedre og sammen, og på at synliggøre de fantastiske oplevelsesmuligheder, der er i kommunen – og regionen – med henblik på at øge kendskabet til vores egn og forbedre oplevelsen for turisterne, når de kommer. Det handler om at formidle der hvor turisten er, og når turisten er der.

Konkret skal der arbejdes med sammenhæng og formidlingsudbytte mellem den lokale turismeformidling, der varetages af Lolland Turistråd, den digitale formidling (på www.visitlolland-falster.dk og i app'en Naturlandet Lolland-Falster - tidligere *Det naturlige Lolland*) og markedsføringssamarbejdet De Danske Sydhavskyster, samt med forbindelsesveje og skiltning. Denne indsats løftes primært i samarbejde med Business Lolland-Falster og Lolland Turistråd.

Organisering og rollefordeling

Det strategiske fokus er på turisterhvervet. Med dette fokus som ledetråd skabes netværk og samarbejde mellem turistaktører og Lolland Kommune, både med henblik på at øge kapaciteten og med henblik på at give erhvervsaktørerne i turismesektoren et kompetenceløft, der kan give bedre forudsætninger for at

skabe vækst. Organiseringen af destinationsudviklingen tænkes i højere grad i et geografisk perspektiv og i samarbejde med Guldborgsund og Vordingborg kommuner. Lolland Kommunes primære ansvar er:

- Opbygning, koordinering og videreudvikling af aktørnetværk og samarbejdsplatform (i samarbejde med Business Lolland-Falster, Lolland Turistråd og de øvrige kommuner)
- Varetagelse af turisterhvervets interesser i forbindelse med forbedring af rammebetingelserne for de lokale aktører, f.eks. i forhold til planloven
- Det strategiske arbejde med tiltrækning af investeringer, f.eks. med udgangspunkt i offentlige-private partnerskaber (OPP)
- Udvikling og forbedring af nye og eksisterende støttepunkter
- Tilvejebringelse af datagrundlaget for opfølgning på strategiens økonomiske baseline og mål (i samarbejde med Business Lolland-Falster)
- Rådgivning og koordination i forbindelse med fundraising og udvikling af tværgående events og projekter.

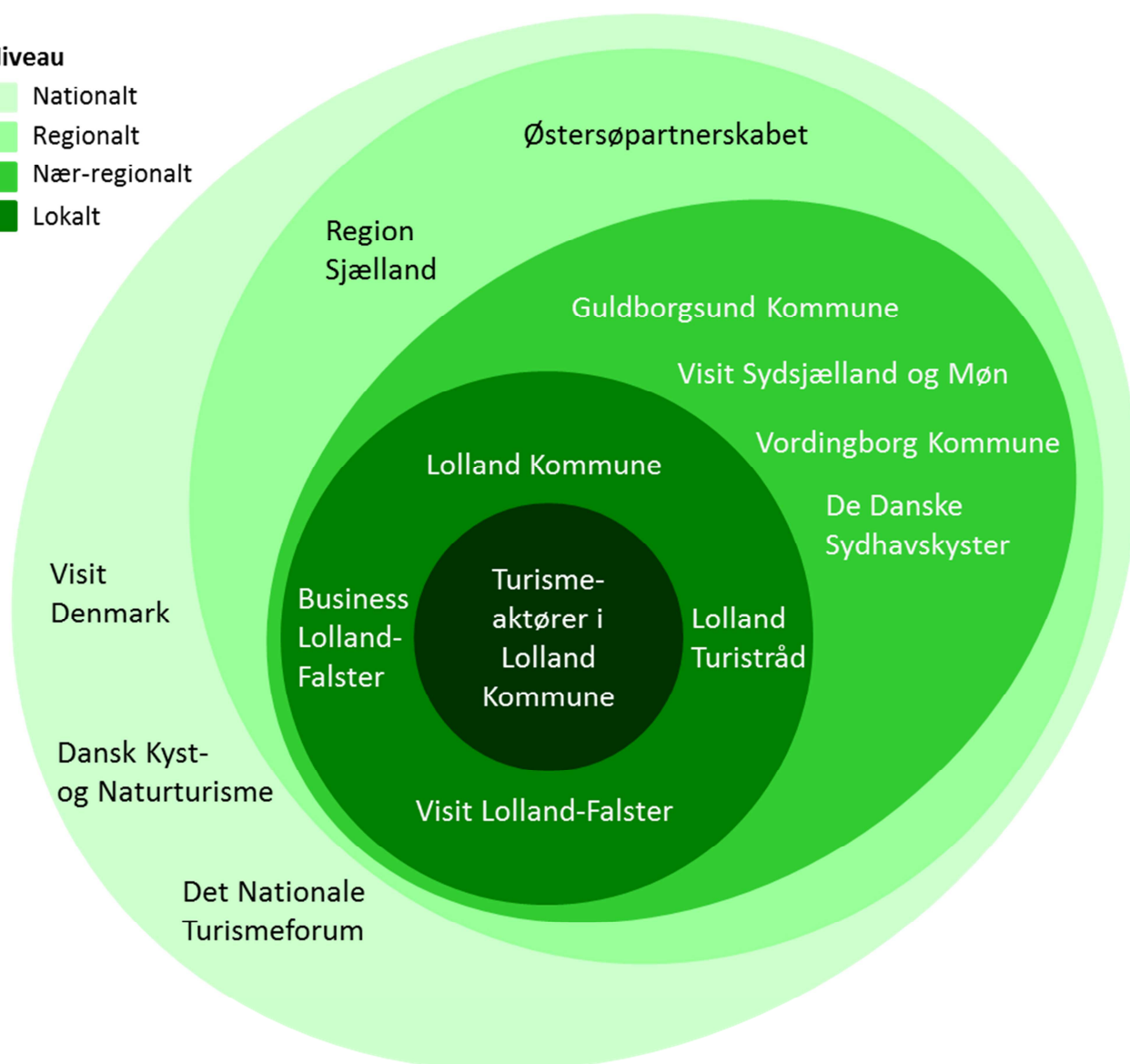
6. Udmøntning af strategien

Turismestrategien udmøntes i forhold til den fysiske planlægning i den kommende kommuneplans afsnit om turisme og friluftsliv. Derudover udmøntes strategiens erhvervsrettede indsatser i samarbejdet mellem Lolland Kommune, Business LF og Guldborgsund Kommune, fx gennem et kommende digitalt partnerskab med fokus på styrkelse og videreudvikling af digitale platforme for turisme.

Der er en række relevante aktører i forhold til udvikling af turisterhvervet på Lolland. I et geografisk perspektiv ser landskabet af aktører ud som på Figur XX.

Niveau

- Nationalt
- Regionalt
- Nær-regionalt
- Lokalt



Figur XX: Et geografisk perspektiv på aktører der er relevante for udviklingen på turismeområdet i Lolland Kommune.

Betegnelsen "Turismeaktører" i Figur XX dækker over:

- *Turisterhvervet*: Alle de virksomheder, der beskæftiger sig med elementer inden for turistsegmentet
- *Foreningerne*, herunder både de frivillige foreninger, som fx sportsforeningerne, og de erhvervsrettede, som fx handelsstandsforeningerne
- *Ildsjælene*

En del af udmøntningen af strategien er at tydeliggøre, hvordan rollerne er fordelt mellem de forskellige aktører – Tabel XX giver Lolland Kommunes bud på ansvarsområder og samarbejdsflader for de forskellige aktører. I praksis udmøntes samarbejdet med Business Lolland-Falster, Lolland Turistråd og Guldborgsund Kommune i et allerede etableret turismekoordinationsforum, der koordinerer netværksaktiviteter for turismeaktører samt udviklingen af den fysiske og digitale turismeformidling.

Tabel XX: Aktører og ansvarsområder i forhold til udviklingen af turisterhvervet i Lolland Kommune.

Aktør	Ansvarsområde
Turisterhvervet	Udvikling af værdikæder, turismeprodukter, oplevelser og pakkeløsninger. Business Lolland-Falster, Lolland Turistråd og Lolland Kommune bidrager med understøtning, blandt andet i form af videreudvikling af netværk og samarbejdsplatforme for aktørerne
Lalandia og Knuthenborg Safaripark	Vækstlokomotiver, der går foran i samarbejdet med andre lokale aktører om udviklingen af turismeprodukter og investering i lokalområdet
Foreninger og ildsjæle	Igangsætning, medudvikling eller opbakning om tiltag og initiativer i samarbejde med turisterhvervet. Det kan fx være større sportsbegivenheder eller kulturelle events, hvor niveau og omfang fordrer et omfattende frivilligt engagement.
Lolland Turistråd og Turismeformidlingen	Formidling af lokale turismetilbud til turisterne - når turisterne er her og der hvor de er. Leverandør af input til www.visitlolland-falster.dk . Sparringspartner for lokale aktører og foreninger der sikrer, at den erfaringsopsamling, der foregår i turismeformidlingen, afspejles i udviklingen af turismeprodukter og medvirker til at højne vidensniveauet om tilbuddene til turister i området hos turistaktørerne.
Business Lolland-Falster	Koordination og gennemførelse af destinationsmarkedsføringen af Lolland-Falster. Sammenbinding af markedsføringsaktiviteterne i de større markedsorienterede organisationer som f.eks. De Danske Sydhavskyster med den markedsføring, der foregår på Visit Lolland-Falster og i mindre skala på andre platforme. Tilbud til aktører indenfor turisterhvervet om kompetenceudvikling, fx med udgangspunkt i det gode værtsskab, produktudvikling, sociale medier eller markedsføring.
Business Lolland-Falster og Lolland Turistråd	Lolland Turistråd og Turismeformidlingen skal følge den generelle digitale udvikling, og turistaktørerne skal kunne følge med ind i den nye tænkning og adfærd, som præger fremtidens digitale turister med fokus på beslutning om rejsemål og informationssøgning på nettet og autentiske møder med lokalbefolkning, fx i form af guider, når destinationen er nået.
Lolland Kommune og Business Lolland-Falster	Opbygning, koordination og videreudvikling af aktørnetværk og samarbejdsplatforme, der kan øge potentialet for turismen lokalt (i samarbejde med de øvrige kommuner i den regionale geografi). Tilvejebringelse af datagrundlaget for opfølgning på strategiens baseline.
Lolland Kommune	Det strategiske arbejde med tiltrækning af investeringer f.eks. med udgangspunkt i offentlige-private partnerskaber (OPP). Lolland Kommune har en naturlig koordinerende rolle i forbindelse med, at aktører og organisationer arbejder med fundraising og udvikling af tværgående events og projekter. Varetagelse af turisterhvervets interesser i forbindelse med forbedring af rammebetingelserne for de lokale aktører, fx i forhold til planloven. Udvikling og forbedring af nye og eksisterende støttepunkter.

Bilag 1: SWOT for turismen på Lolland

Lolland har en række iøjnefaldende kvaliteter, som kan styrkes og gøres tilgængelige for turister og turistaktører. Men området lider også under en række tydelige udfordringer, som der skal arbejdes med at overkomme, hvis udviklingen for turismen skal være bæredygtig også i det lange løb.

Styrker

De største attraktioner på turismemarkedet (Lalandia og Knuthenborg Safaripark) trækker rigtig mange turister til, og det betyder, at turisterne i praksis er her allerede. Et par mindre aktører er også med til at tegne de særlige turismeoplevelser på Lolland. Set med turistøjne, er der aldrig langt til badevand, og der er mange badestrande med blåt flag. Her er naturparker og masser af ro og plads især langs kysten, hvilket er attraktivt navnlig for udenlandske turister. Herregårdene, den rige kulturhistorie og fortællingen om Diget og det inddæmmede landskab udgør et stærkt potentiale for turisme fokuseret på natur- og kulturoplevelser for alle segmenter.

Svagheder

Lollands erhvervsstruktur på turismeområdet er præget af to store og mange mindre aktører, hvoraf en stor del opererer inden for restaurationsbranchen. Turisterhvervet har et relativt lavt produktivitsniveau, hvilket blandt andet er et resultat af det lave uddannelsesniveau, som kendetegner området. Således har 64% af de beskæftigede i 2016 ingen kompetencegivende uddannelse. Den lave produktivitet og dermed konkurrenceevne har – med et par undtagelser - ramt området hårdt gennem finanskrisen i årene 2008-2012, hvor det har været svært at effektivisere sig ud af problemerne. Resultatet er, at en del virksomheder ikke har formået at investere nok i udvikling og markedsføring, og dermed mange steder står tilbage med et "slidt" produkt.

Med enkelte undtagelser er der ikke samarbejder, som inddrager de mindre turistaktører omkring værdikæder, markedsføring og fælles visioner. Konsekvensen er blandt andet, at de mange turister, som kommer til Lolland, i mindre omfang orienterer sig uden for hovedattraktionerne.

Andre udfordringer er, at de øvrige funktioner relateret til turisme (overnatning, bespisning mm.) er af svingende kvalitet (pris og kvalitet hænger ikke sammen set med turistøjne) og at landskabet ikke umiddelbart opleves som/er formidlet som spektakulært, hvilket fx også gælder strandene, der typisk er i sommergæstens fokus.

Muligheder

Nationalpolitisk er der et øget fokus på turismen, og tilsammen med nye muligheder for lempelser af Planloven, åbner det for en større turistrettet udnyttelse af de potentialer, der er knyttet til den store kyststrækning, som Lolland Kommunes geografi byder på.

Med den nu vedtagne aftale om Femern forbindelsen, er der mulighed for at udnytte byggeriet, og den mulighed dette giver for vækst i hele turismebranchen med udgangspunkt i sammenhængende oplevelser og pakketilbud. Dette underbygges af kommunens Femern Strategi, hvormed man vil arbejde for udvikling og markedsføring af én samlet turistdestination i Femern Bælt-regionen.

Den tyske feriekalender er under revision på baggrund af en beslutning i juni 2014 om at sørge for, at ferierne spredes ud, så de tyske delstater ikke holder ferie samtidig men indgår i et rotationsprincip. I praksis betyder det, at sommerferieperioden udvides fra de ca. 70 dage i 2014 til 90 dage i 2018 på tværs af hovedparten af delstaterne (fraregnet Bayern og Baden-Württemberg, som ikke deltager i ordningen), hvilket giver muligheder for at forlænge højsæsonen i vores region.

Diget på sydkysten er enestående af sin art og størrelse og fortæller en interessant historie samtidig med, at det er et aktivt klimasikring. Der er mulighed for at gøre Diget til et aktivt element i fortællingen om naturen og kulturen på Lolland. Projektet *Naturlandet Lolland-Falster* har til formål at øge tilgængeligheden til naturen på Lolland og Falster og generelt brande Lolland og Falster som et stort naturområde i forhold til turister. I projektet indgår også muligheder for at løfte kvaliteten i de generelle støttepunkter, som f.eks. skiltning, toiletfaciliteter m.m.

Kulturarven, Herregårdene, de lokale råvarer og specialiteter og den rige muld giver mulighed for at skabe oplevelser for et særligt pengestærkt segment af turisterne – livsnyderne.

Med udgangspunkt i mulighederne, fokuseres på tre temaer, der alle er forankret i en vision om, at turismeerhvervet har etableret et stærkt samarbejde på tværs af aktører med de største attraktioner som omdrejningspunkt og oplevelserne i centrum. Gennem dette samarbejde har også de mindre attraktioner mulighed for at blive kendt også uden for Lollands grænser.

Tema: Kyst og Natur

Lolland byder med sine mere end 300 km kyststrækning, naturparker ved Nakskov Fjord og Maribosøerne og fantastisk natur, fx ved Hyllekrog og i Smålandshavet, på kystferie og naturoplevelser af høj kvalitet og mulighed for ro og fordybelse.

Tema: Kultur og Mad

Lolland har med sine mange producenter af lokale råvarer og specialiteter, og sin høje koncentration af kulturaktører/kunstnerne og kulturarv/herregårde et unikt udvalg af autentiske kulturoplevelser.

Tema: Aktivitet og Oplevelse

Lolland giver muligheder for aktiviteter i tilknytning til de landskendte attraktioner og med udgangspunkt i fx vandsport, ridning, cykling eller vandring.

Trusler

Blandt truslerne mod et styrket turisterhverv i Lolland Kommune er blandt andet mangel på samarbejde mellem lokale turistaktører, mangel på sammenhæng i oplevelserne og mangel på investeringer i såvel udviklingen af oplevelser, som i udviklingen af overnatningskapacitet.

Den tyske turist

Hovedmotiverne for ferie på Lolland er for den tyske turist natur, kyst, hav og strand i kombination med et godt overnatningsprodukt.

- *Overnatning i feriehus eller på camping*
- *Plads og tid til familien*
- *Mulighed for at vandre og cykle*
- *Aktiviteter ved eller på vandet (lystfiskeri, kajak, kano, dykning og sejlad)*
- *Forkælelse med wellness, gode madoplevelser og shopping*

Derudover er en af truslerne den oplagte konkurrence fra det tyske marked, som har sit udgangspunkt i den hurtigt voksende tyske kystturisme i det tidligere Østtyskland. I tilgift er det billigere at holde ferie i Tyskland, som i 2014 havde et prisindeks på 102, mod det danske prisindeks på 138. De tyske overnatninger udgjorde i 2014 28% af alle overnatninger i Danmark, og 57% af de udenlandske overnatninger, hvilket medfører, at udviklingen af antallet af tyske turister har stor betydning for kyst- og naturturismen i Danmark. I forhold til fx Tyskland er der nogle lovgivningsmæssige udfordringer i Danmark, i det Planlovens bestemmelser om kystnært byggeri på trods af nye lempelser begrænser mulighederne for at udbygge ved vandet betragteligt.

Indenlands er der stærke konkurrenter både når fokus er på kyst- og naturturismen og i forhold til ferie baseret på store attraktioner og oplevelser. Strandene på Lolland er ikke så spektakulære, og kyst- og badeferie er mere synonymt med fx Vestkysten. Som eksempel er der på Visit Danmarks hjemmeside i juli 2016 en samling af "15 dejlige danske badebyer", men disse er koncentreret om Vestjylland, Nordsjælland, Bornholm mm. Det, der kommer tættest på, er Marielyst. På en top 10 over de største danske attraktioner, finder man hverken Lalandia Rødby eller Knuthenborg, og generelt er konkurrencen fra store samlede attraktionsområder som fx København eller Legoland-Billund resort stor.

Bilag 2: Processen for tilvejebringelsen af en turismestrategi

Udarbejdelsen af den nye turismestrategi afspejler et stærkt politisk ønske om at inddrage erhvervets aktører i vid udstrækning. Strategien baserer sig da også på diskussioner og data tilvejebragt på workshops den 27. oktober 2015 og den 3. februar 2016 med en referencegruppe bestående af lokale og regionale aktører, samt på borgermøder den 19. august og den 19. november 2015 om potentialer på Sydkysten og fremtidens turisme, hvortil turistaktører i kommunen havde modtaget en særlig invitation. Endelig baserer strategien sig på "Potentialeplan for Lolland Sydkyst", som er færdiggjort i foråret 2016.

Fælles for workshops og borgermøder er et væld af ideer til events, projekter, samarbejder og oplevelser, men det er også fælles, at der er et behov for, at "nogen" sætter retning for udviklingen, og i praksis får samlet aktører i produktive fællesskaber med fokus på turisten og oplevelsen mere end på turistaktøren.

Konkret var hovedbudskaberne fra turistaktørerne den 19. november 2015:

- at kendskabet til aktører og attraktioner har potentiale til at blive markant større aktørerne i mellem
- at der er behov for, at kommunen faciliterer netværk mellem aktørerne, også med henblik på at hjælpe de små aktører ind i fællesskabet
- at der er behov for at øge fokus på den digitale turismeformidling
- at der samtidig er behov for det personlige møde med formidlere, guider mm., når turisten er her
- at større events er oplagte, og at det er vigtigt, at disse tager udgangspunkt i de frivillige foreninger
- at pakkekoncepter er oplagte men stærkt afhængige af velfungerende støttepunkter og offentlig service

I referencegruppen er der arbejdet konkret med delelementerne i strategien: vision, udviklingsprincipper, temaer, organisering mm. Referencegruppens overvejelser i forhold til disse delelementer er indarbejdet i strategien.

Bilag 3: Baseline

Den økonomiske baseline baserer sig på et samlet sæt af nøgletal, der dels tilvejebringes fra Danmarks Statistik, dels fra de enkelte turistaktører i samarbejde med Business Lolland-Falster. Nøgletallene udgøres af:

- Samlet omsætning i turisterhvervet
- Antal beskæftigede i turisterhvervet
- Antal overnatninger
- Virksomhedens afkastningsgrad (evne til at skabe overskud) og afkast på de investerede kapital (operationel performance)
- Overskudsgrad (hvor stor en del af omsætningen udgøres af overskuddet)
- Soliditetsgrad (forskellen på egenkapital og fremmed kapital; virksomhedernes modstandsdygtighed)
- Likviditetsgrad (evnen til at kunne betale)
- Belægningsprocent/kapacitetsudnyttelse (potentialet der er til rådighed)