



TURISMEUDVIKLINGSSTRATEGI NORDFYN 2023-2030

Leg, vær sammen og vær til!



INDHOLD

INDLEDNING	1
Det hurtige overblik	2
HER SKAL VI HEN	3
Vision	3
HER ER VI I DAG	4
SÅDAN NÅR VI VORES MÅL	7
Mission	7
Værdi	7
Målgruppe	7
Strategiske målsætninger	8
Udviklingsprincipper	9
Indsatsområder	10
Definition af Leg-sammen	11
Ansvar og finansiering	12
Afgrænsning, justering og sammenhæng	13

INDLEDNING

Turismeudviklingsstrategi Nordfyn 2023-2030 er en samlet strategi for, hvordan vi på tværs af de nordfynske turismeinteressenter kan udvikle det nordfynske turismeprodukt og skabe en fortælling om Nordfyn med kant, der skiller os ud fra de andre turistdestinationer og får turisterne til at vælge Nordfyn til.

Strategien beskriver altså, hvordan Nordfyn via en række tilvalg, men også fravalg, frem mod 2030 får skabt en destination med en tydelig profil.

Med denne strategi som baggrund udvikles i samarbejde med de nordfynske turismeinteressenter en handlingsplan med de initiativer, der skal sættes i værk, for at vi når vores mål i 2030.

Strategien er udviklet af Nordfyns Erhverv og Turisme(NEET) i samarbejde med nordfynske erhvervsdrivende og Nordfyns Kommune.

VISION - Leg, vær sammen og vær til!

(s. 3)

VÆRDI

Legende nærvær
- vi skaber nemlig
rammerne for nærvær
gennem leg,
og vi er selv
nærværende.

(s. 7)

MÅLGRUPPE

(s. 7)

Par uden
børn og
special
interest

Børnefamilier

UDVIKLINGS- PRINCIPPER

(s. 9)

Leg-sammen

Nærvær

Hele året rundt

Bæredygtighed

Kyst & natur

Relationer

Less mobile
first

Nordfyn med
hjem

INDSAT SOM- RÅDER

(s. 10)

Oplevelses
udvikling

Overnatnings
kapacitet

Formidling

Bæredygtighed

BIDRAGSYDERE

NEET (Tovholder)
NORDFYNS AKTØRER
NORDFYNS KOMMUNE

(s. 12)

HER SKAL VI HEN

VISION

Leg, vær sammen og vær til!

Nordfyn er i 2030 kendt i ind- og udland og velbesøgt hele året rundt for at være stedet, hvor vi er sammen og nærværende i leg med jævnaldrende og på tværs af generationer.

Her siger vi ikke bare nærvær, vi gør noget ved det, og vi gør det gennem leg – både for børn og voksne. Voksne kan nemlig godt lege, og for dem har vi sat rammer for outdooraktiviteter, kreativitet og fordybelse.

Vi har udviklet vores helt særlige koncept, som vi kalder Leg-sammen, der gør det lige så sjovt og udfordrende for forældre og bedsteforældre at deltage i børnenes leg som for børnene selv. For både børn og voksne handler det hele om, at vi er sammen i legen og nærværet. Leg knytter nemlig bånd mellem mennesker og giver os det nærvær, der nemt bliver glemt i hverdagen.

Alle vores oplevelser har selvfølgelig omdrejningspunkt i vores smukke kyster og dejlige natur, som både aktører og turister passer rigtig godt på, når vi hhv. faciliterer og afholder en fantastisk legende ferie.

Nøgleordene på Nordfyn er nærvær, Leg-sammen og kyst & natur.

HER ER VI I DAG

Nordfyns nuværende profil

Nordfyn er i dag en populær turistdestination, der bliver rost af turisterne for de pæne og hyggelige omgivelser, flotte naturområder og venlige mennesker. Nordfyn har i mange år desuden oplevet en voldsom vækst i antal overnatninger langt over landsgennemsnittet, og har de seneste år ligget på den gode side af en halv mio. overnatninger. I dag arbejder flere og flere destinationer intensivt med at udvikle deres destination, hvorfor konkurrencen er øget. Nordfyn som turistdestination kan tilbyde mange forskellige ting og har mange forskellige styrker, men for fortsat at være en populær destination, har vi behov for at skabe en endnu mere skarp, fælles nordfynsk profil, så vi fremover er top of mind i de potentielle turisters bevidsthed. Turisterne på Nordfyn forbinder i dag Nordfyn med:

Hyggeligt, natur, smukt, flot og godt.



Figur 1: Nordfyns turister forbinder i 2022 Nordfyn med ovenstående.

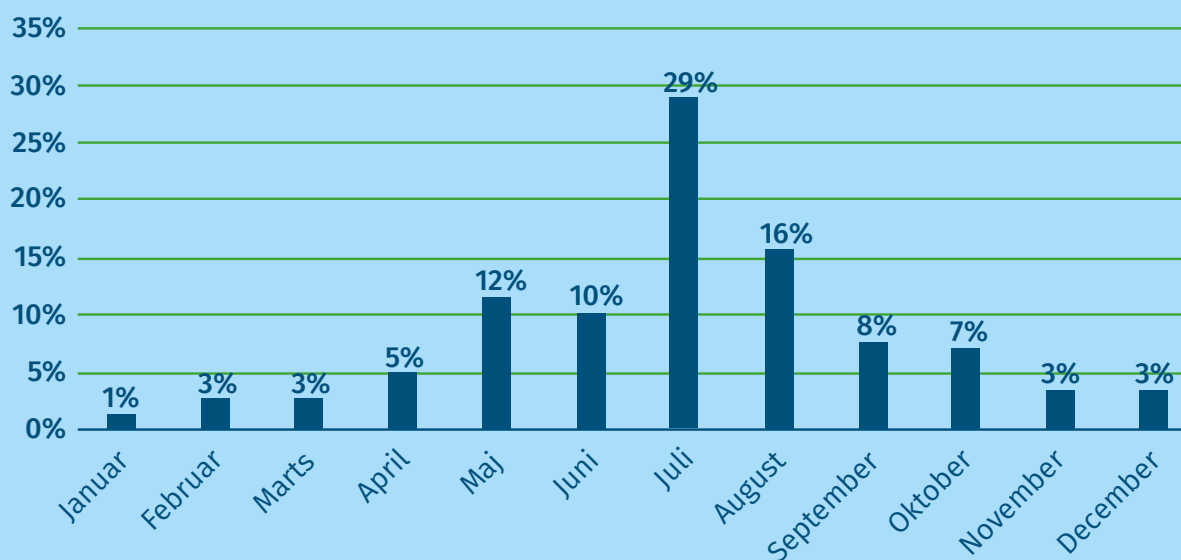
Nordfyn i tal

Gæstetilfredsheden blev i efteråret 2021 målt til 43 på en NPS-skala og i sommeren 2022 til 58 med et benchmark i branchen på 50-60. Turismen på Nordfyn skabte ifølge VisitDenmark i 2019 en omsætning på 545 mio. kr. og 733 jobs.

Overnatningskapaciteten på Nordfyn fordeler sig primært på feriehuse og campingpladser. Der er 3.180 feriehuse i Nordfyns Kommune, hvoraf ca. 80% er beliggende i Hasmark og ca. 17% ved Fogense og Skåstrup. I 2022 udlejes ca. 10% af feriehusene kommercielt. Der er i sommerhalvåret ca. 1.540 campingenheder fordelt på 4 campingpladser og i vinterhalvåret ca. 970 enheder fordelt på to campingpladser. Derudover ligger Fyns største marina i Bogense med 700 bådpladser samt to mindre marinaer Otterup Lystbådehavn og Klintebjerg med hhv. 84 og 55 pladser. Hotelkapaciteten består af Bogense Hotel med 40 værelser samt Lunds Hotel med 6 værelser. Lunds Hotel tælles dog ikke med i den officielle overnatningsstatistik. Derudover findes der en mængde bed & breakfast-steder, ferielejligheder og autocamperpladser, der hovedsageligt udlejes privat.

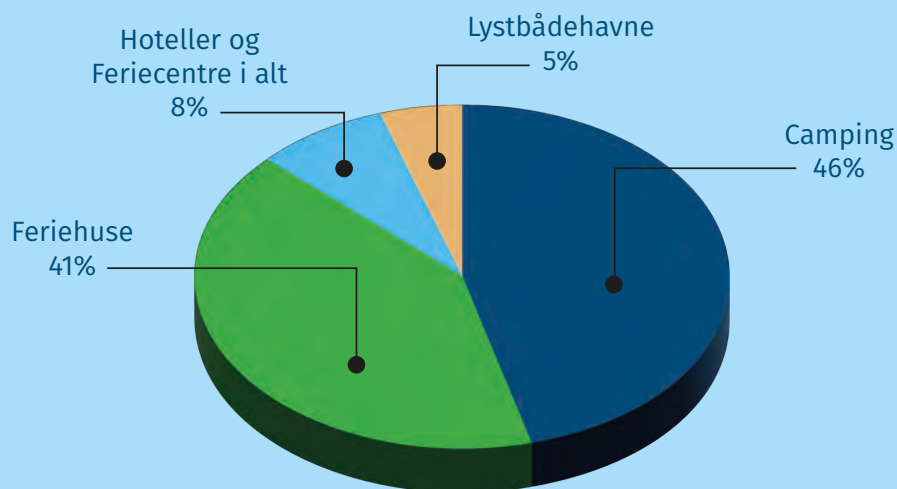
Nordfyn havde i 2021 566.626 kommercielle overnatninger, som inkluderer feriehuse udlejet gennem bureau, campingpladser, lystbådehavne, feriecentre samt hoteller med mindst 40 senge. Antal overnatninger på bed & breakfast-steder, privatudlejede feriehuse og ferielejligheder samt autocampere indberettes enten ikke eller kun hvert 5. år til Danmarks Statistik, hvorfor de ikke er inkluderet i nedenstående diagrammer, som viser Nordfyns Kommunes turisters overnatninger fordelt hhv. over året, på overnatningstype og nationalitet.

PROCENTVIS FORDELING AF TURISTERNES NORDFYNSKE OVERNATNINGER I LØBET AF ÅRET 2021



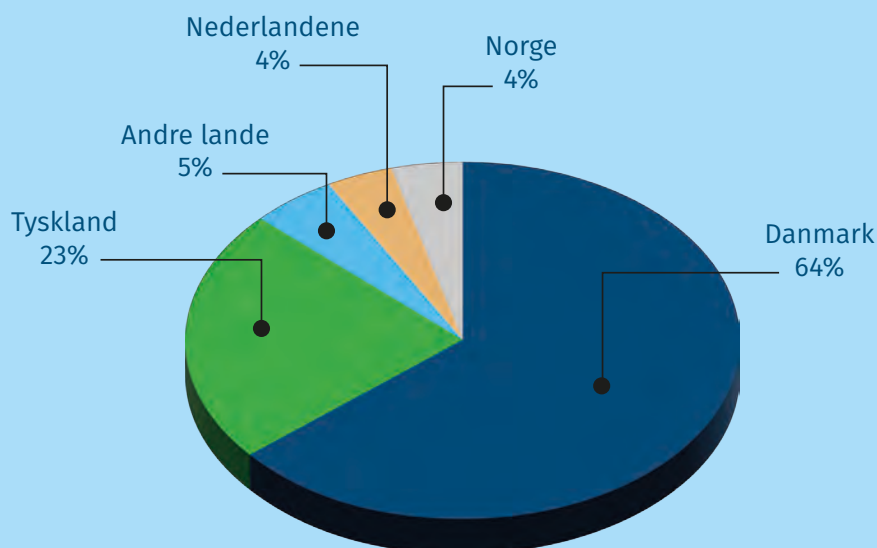
Figur 1: Historisk set har overnatningerne på Nordfyn fordelt sig med mellem 54 og 62% i juni, juli og august uafhængigt af hvorledes, helligdagene har ligget.

PROCENTVIS FORDELING AF TURISTERNES NORDFYNSKE OVERNATNINGER PÅ OVERNATNINGSTYPE 2021



Figur 2: Historisk set har campingpladser og feriehuse på Nordfyn hvert år stået for ca. 86% af de nordfynske overnatninger med en ca. ligelig fordeling mellem de to.

PROCENTVIS FORDELING AF TURISTERNES NORDFYNSKE OVERNATNINGER PÅ NATIONALITETER 2019



Figur 3: Historisk set har overnatningerne på Nordfyn fordelt sig som oven for på nationaliteter. År 2020 og 2021 har pga. corona ikke været typiske år ift. fordeling af nationaliteter.

Kilder:

- Danmarks Statistik
- VisitNordfyns gæsteundersøgelse 2021 og 2022
- VisitDenmark

SÅDAN NÅR VI VORES MÅL

MISSION

Der arbejdes på tværs af nordfynske aktører for at skabe flere turismeovernatninger på Nordfyn fordelt over hele året ved at udvikle og formidle oplevelsestilbud og skabe rammer, der gennem Leg-sammen faciliterer ægte nærvær for Nordfyns gæster med kyst og natur som et væsentligt element.

VÆRDI

Vores vigtigste værdi er legende nærvær - vi skaber nemlig rammerne for nærvær gennem leg, og vi er selvfølgelig altid selv nærværende.

MÅLGRUPPE

Vi udvikler til turisterne på Nordfyn, men vi har også øje for, at der kan opnås synergier ved at indtænke tiltag, der også giver værdi for Nordfyns borgere. Vi ser Nordfyn som én enhed. For at vi kan skabe en tydelig profil af Nordfyn, er det vigtigt, at vi ikke forsøger at favne alle. Så er vi nemlig ikke interessant for nogen.

Derfor udvikler vi til dem, der ønsker at tilbringe masser af nærværende tid sammen med dem, de er på ferie sammen med. De ønsker at lege sammen og være kreative sammen og ønsker i bund og grund ikke at sidde foran skærmen om aftenen, men i stedet at dele oplevelser der giver nærvær – både store og små. De er ikke nødvendigvis den traditionelle outdoortype men ser værdien i at holde ferie i Danmark uden for sommersæsonen, fordi de ikke ser vejret som en hindring, men tværtimod ser de skiftende årstider som en mulighed for nye og andre oplevelser. De sætter pris på at komme ned i gear og være tilstedeværende med hinanden.

Vi arbejder med flere målgrupper, men den primære målgruppe har absolut fokus. Det er hos den primære målgruppe, størstedelen af indsatserne ligger – både ift. udvikling og formidling.

Primær målgruppe (75% af indsatsen): *Børnefamilier og flere generationer med børn – f.eks. flere familier, der rejser sammen eller bedsteforældre med børn.*

Sekundære målgrupper (25% af indsatsen): *Par uden børn og special interest-turister.*



STRATEGISKE MÅLSÆTNINGER

Vi ønsker at skabe en skarp profil for Nordfyn, fordi det kan øge turismeomsætningen på Nordfyn. De parametre, vi løbende måler vores succes på, er:



Øge Nordfyns kendskab i Danmark og udlandet.



Øge turismeomsætningen.



Styrke Nordfyns brand som stedet, hvor man opnår nærvær gennem leg.



Øge antallet af turister over hele året relativt ift. sammenlignelige destinationer ved at bibeholde antallet af turister om sommeren, men øge antallet i ydersæsonen.



Øge antallet af oplevelser med leg, nærvær, kyst og natur.



Øge andelen af børnefamilier ift. det samlede antal turister.



Arbejde for at turismen på Nordfyn generelt belaster Verden i mindre grad end hidtil.



Bibeholde gæstetilfredsheden som helhed og øge den for børnefamilier.



Øge overnatningskapaciteten på Nordfyn.

UDVIKLINGSPRINCIPPER

Når vi udvikler oplevelser og formidling, arbejder vi ud fra nedenstående principper for at sikre en rød tråd for gæsten og skabe et samlet billede af Nordfyn. Principperne skal ikke begrænse vores arbejde, men er guidelines, der skal hjælpe os og sikre den røde tråd.

- **Leg-sammen** – Overalt, hvor der lægges op til leg, tænkes Leg-sammen ind som et centralt element, så det overalt gøres lettere at lege sammen frem for hver for sig, og det gøres let for de voksne at deltage i legen.
- **Kyst og natur** – den nordfynske kyst og natur har en særlig rolle, når vi udvikler. Oplevelserne kan udvikles i naturen og ved kysten, men naturen og kysten kan også indgå som element i en oplevelse, der ikke nødvendigvis ligger i naturen.
- **Nærvær** – På Nordfyn føler gæsterne vores nærvær, og på Nordfyn skal nærvær gøres til det lette valg – ikke fravær. Vores lege er tænkt som tid og rum for nærvær. Nærværet skal have frit slag hos os på Nordfyn, og det skal være en leg at være nærværende hos os.
- **Relationer** –
 - Vi ser Nordfyn som én samlet enhed, og vi ser resten af Fyn som tæt partner og arbejder sammen om relevante indsatser – gæsterne kender ikke kommunegrænserne.
 - Nordfyns turismeudvikling sættes i relation til andre relevante politikker og udviklingstiltag.
 - Vi har relationer til relevante eksperter, der guider os, når vi udvikler vores tiltag.
- **Hele året rundt** – Oplevelser hos os skal kunne være lige så sjove og tilgængelige om vinteren som om sommeren, derfor har vi hele året in mente, når vi udvikler og formidler. Nordfyn og den nordfynske natur er nemlig attraktiv i både sol, regn og blæst.
- **Less mobile first** – Vi nudger og gør det lettere for vores gæster at bruge mobilen på en måde, der skaber nærvær frem for fravær. Når vi bruger mobilen, er det derfor med det formål at skabe mere nærvær.
- **Bæredygtighed** – Arbejdet mod at blive en mere bæredygtig destination indgår som en helt naturlig del i alt vi gør, og der arbejdes under aktuelle og relevante bæredygtigheds strategier for området. Vi arbejder efter altid at udvikle med fokus på bæredygtighed. Vi bruger så vidt muligt altid naturlige materialer fra bæredygtige produktioner og undgår brug af unødige materialer. Vi tænker grundigt over, hvordan vi og vores gæster bevæger sig rundt på Nordfyn, så det belaster natur og miljø mindst muligt. Vi arbejder for, at det hele tiden bliver mere og mere attraktivt at gå og cykle på Nordfyn, når det giver mening for gæsten.
- **Nordfyn med hjem** – Vores gæster skal mærke og huske, at de har været på Nordfyn og dele de særligt nordfynske oplevelser med deres familie, venner og bekendte. Når vi udvikler, tænker vi derfor altid: Det skal være mindeværdigt!

INDSATSOMRÅDER

Med udgangspunkt i vores udviklingsprincipper udvikler vi flg. områder. De konkrete indsatser vil dog blive defineret i handlingsplanen.

Oplevelsesudvikling

Vi skal have udviklet vores Leg-sammen koncept og udviklet oplevelser på Nordfyn med udgangspunkt i dette og vores udviklingsprincipper. Det gælder både ift. fysiske oplevelser, services, events, wayfinding og infrastruktur. Derudover ønskes det at udvikle et oplevelsesfyrtårn for Nordfyn.

Formidling

Nordfyns skarpe profil skal blandt andet udvikles via formidlingen. Det gælder både internt på Nordfyn og udadtil samt alle de steder og platforme, hvor turister og potentielle turister er i kontakt med Nordfyn.

Overnatningskapacitet

Det er afgørende, at overnatningskapaciteten på Nordfyn er i stand til at følge efterspørgslen samt være med til at drive efterspørgslen - både ift. kvalitet, vision og antal sengepladser.

Bæredygtighed

I alt, hvad vi foretager os, indtænker vi de bæredygtige valg – både vores egne og turistens.

DEFINITION AF LEG-SAMMEN

Leg-sammen handler om, at:

- vi leger sammen frem for hver for sig – også på tværs af generationer.
- vi opnår at være til stede i nuet, mens vi leger sammen – vi er fysisk og mentalt til stede det samme sted.
- både voksne og børn udfordres i legen på hvert deres niveau, så det er sjovt for alle at deltage i samme leg.

Det betyder det for børnefamilier

For børnefamilier og eller flere generationer med børn handler Leg-sammen om, at hele familien leger aktivt sammen på tværs af generationer.

Forældre og bedsteforældre vil ofte gerne deltage i legen med børn og børnebørn, men holder ofte igen pga. diverse barrierer som kedsomhed, pligter eller manglende mod. Det kan vi ændre på både ved at indrette det fysiske rum, via minimering af barrierer for leg-sammen, så det bliver let, inspirerende, sjovt og legitimt for de voksne at deltage i legen, og ved at formidlingen i det hele taget inspirerer til, at man leger sammen.

Mulige eksempler:

- Indrette legeområdernes legeredskaber, så børn og voksne kan lege sammen og begge udfordres af legen.
- På forskellig vis inspirere forældre/bedsteforældre til at tage del i børnenes leg.

Det betyder det for voksne

Leg-sammen for voksne uden børn handler ligeledes om, at vi interagerer med hinanden og er mentalt til stede i nuet. For voksne handler leg om at være aktiv, kreativ, at fordybe sig og få lov at bruge sin fantasi.

Mulige eksempler:

- Outdooraktiviteter
- Leg med ord/sprog
- Kunst

ANSVAR OG FINANSIERING

Ansvar

Nordfyns turismestrategi er en fælles strategi for hele Nordfyn, der er udviklet på baggrund af den vision Nordfyns Erhverv og Turisme, erhvervsdrivende, frivillige og Nordfyns Kommune sammen har udviklet.

Nordfyns Erhverv og Turisme har været tovholder på udvikling af visionen og er ligeledes tovholder på strategien samt den efterfølgende handlingsplan. Ingen kan stå alene om at nå visionen, hvorfor vi i fællesskab arbejder sammen om at løfte de mange spændende opgaver på vejen hen mod at nå vores mål – og det starter med en handlingsplan, som udarbejdes i samarbejde med ovenstående interessenter efter strategiens endelige godkendelse.

"Ingen kan alt, alle kan meget, sammen kan vi det hele!"

Finansiering

Finansieringskilder bør være top of mind hos både Nordfyns Erhverv og Turisme, Nordfyns Kommune og områdets øvrige aktører, og finansieringen vil skulle findes flere steder. Størstedelen af finansieringen søges løbende, som projekterne opstår.

Nogle indsatser vil finansieres af Nordfyns Erhverv og Turisme, andre af Nordfyns Kommune. Projekter, der udvikles i de enkelte virksomheder kan finansieres af de pågældende virksomheder, ligesom der ofte vil være mulighed for at søge midler i diverse lokale og nationale puljer. Det er desuden et ønske, at Nordfyns Kommunes relevante puljer uddeles med afsæt i turismestrategien.

Nordfyns Erhverv og Turisme vil desuden kunne bidrage med hjælp til at søge finansiering.

AFGRÆNSNING, JUSTERING OG SAMMENHÆNG

Afgrænsning

Strategiens handlinger integreres over alt på Nordfyn, hvor der er kritisk masse af turister, eller hvor der vurderes at være særligt potentiale.

Indsatserne fra Nordfyns Erhverv og Turismes side vil primært være centreret om de områder, hvor der er kritisk masse af turister, hvilket er i og omkring Bogense og Hasmark-Tørresøområdet samt Skåstrup.

Der vil dog kunne etableres mindre og understøttende indsatser andre steder i kommunen, hvis det i tilstrækkelig grad vurderes at give værdi ift. visionen samt turisternes adfærd og behov.

Justering

Verden er i løbende forandring, hvorfor der løbende og senest i 2025 vil blive taget stilling til, om der er behov for justering af strategien, så den altid er relevant og giver værdi.

Sammenhæng med andre indsatser

For at opnå størst mulig effekt af turismestrategien er denne udviklet med diverse relevante kommunale strategier samt den samlede fynske turismestrategi og indsatser in mente.