

Turismestrategi frem mod 2021



LANGELAND
KOMMUNE

Indholdsfortegnelse

Forord	3
1. Overordnet om turistpolitiske overvejelser	4
1.1 Regionale samarbejder	5
1.1.1. Destination Fyn	5
1.1.2 Naturturisme I/S	6
2. Turismens betydning i Langeland Kommune	7
3. Vision	8
4. Centrale temaer	9
5. Indsatser i forhold til temaerne	10
5.1 Outdoor turisme i og omkring øhavet	10
5.2 Cykelturisme	10
5.3 Vandring som ferieform	10
5.4 Familie-, ferie- og kulturturisme	11
5.5 Værtskab og service	11
5.6 Markedsføring og digitalisering	11

Langeland Kommune - vi sørger for de gode oplevelser

Arbejdet med at formulere denne strategi for udviklingen af turismen har involveret mange. Turist- og Erhvervsforeningen har spillet en aktiv rolle, og en række borgere, virksomheder og foreninger har bidraget med idéer og synspunkter. En stor tak for den energi, tid og ikke mindst engagement, som alle vores lokale interessenter har lagt i arbejdet med strategien.

Med strategien sætter Langeland Kommune retningen for udviklingen af turismen i vores område. Men kommunen kan ikke bringe visionen i mål alene. Det kræver samarbejde og samskabelse med borgere, foreninger og virksomheder at nå i mål.

Sammen skaber vi rammerne for turismen på Langeland og Strynø, så gæster og turister sikres attraktive og mangfoldige oplevelser af høj kvalitet, og dermed kan vi brin-

ge Langeland ind på det globale turismemarked og få andel i den forventede vækst i turismen.

Når vi lykkes med at tiltrække flere gæster og turister, er jeg sikker på, at nogen af de besøgende bliver så glade for det, de oplever og møder her, at de vælger at flytte hertil. Vækst i turismen og turismeerhvervet er dermed også med til at skabe øget bosætning.

Bjarne Nielsen
Borgmester



1. Overordnet om turistpolitiske overvejelser

I Planstrategien for Langeland Kommune er "Et godt sted at bo" det gennemgående tema. Visionen er at gøre Langeland og Strynø til et endnu bedre sted – både for fastboende og for gæster og turister. Bosætning, fritidsliv, turisme og erhverv skal blomstre side om side i tæt sammenhæng med vores unikke kultur og natur. Turismestrategien er en konkretisering af de overordnede visioner i Planstrategien, og den fastlægger retningen for arbejdet med at udbygge turismen i Langeland Kommune.

De kommende år forventes turismen at stige markant i internationale sammenhænge. På nationalt plan arbejder Visit Denmark og Kyst- og Naturturismen med at skabe vækst og udvikling i turismen. På regionalt plan arbejder Destination Fyn og Naturturisme I/S for at markedsføre Fyn og Det Sydfynske Øhav.

Mål frem mod 2021

Langeland Kommune vil udnytte og bygge videre på de initiativer og indsatser, der gennemføres af de nationale og regionale turistmeorganisationer med det formål, at sikre Langeland Kommune som minimum bevarer sin markedsandel af turismen i Destination Fyns område. Opgjort i forhold til omsætningen i erhvervet er Langeland Kommunes markedsandel 9 % af omsætningen i hele Destination Fyns område.



1.1 Regionale samarbejder

1.1.1 Destination Fyn

Langeland Kommune indgår sammen med Ærø og de fynske kommuner i samarbejdet Destination Fyn. Vision og ambition for samarbejdet i Destination Fyn er:

"Fyn, Langeland og Ærø er Nordeuropas foretrukne destination for aktive livsnydere, der rejser efter følelsen af at opleve nye eventyr både arbejdsmæssigt til møder/konferencer og privat til ferier. Følelsen af at være til stede i nuet. Være i det autentiske. Opbygge nærværende relationer. Fyns kvalitetsoplevelser på konferencesteder, langs kyster, i øhavet og i byen er et besøg værd hele året."

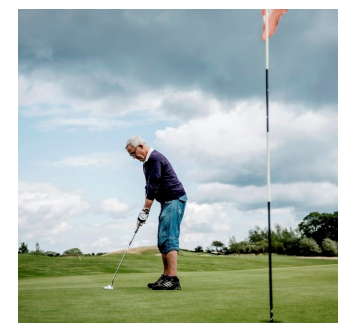
Partnerskabets ambition er, at Fyn, Langeland og Ærø årligt præsterer en vækstrate, som samlet set er højere end landsgennemsnittet - og at Destination Fyn hvert år er blandt de tre hurtigst voksende destinationer i Danmark målt på procentuel vækst i antallet af registrerede overnatninger.

Det er en ambition, at Fyn markerer sig som nordeuropæisk "hot spot" for cykelturisme i 2020, og at det skaber en meromsætning på 0,2 mia. kr. årligt.

Destination Fyn arbejder med afsæt i regionale styrker og potentialer på fire områder:

- Ferieturisme fra Danmark, Tyskland og Norge
- Cykelturisme (Bike Island)
- Internationale rundrejser (Kina Alliancen)
- Møder & Events (Mødeøen Fyn)

For turismen på Langeland og Strynø er det specielt ferieturisme, cykelturisme og til dels også internationale rundrejser, der er udviklingsmuligheder indenfor.



1.1 Regionale samarbejder

1.1.2 Naturturisme I/S

Langeland Kommune indgår i Naturturisme I/S i samarbejde med de tre øvrige sydfynske kommuner (Svendborg, Faaborg-Midtfyn og Ærø) med det formål at udvikle bæredygtige oplevelser, faciliteter og formidling på højt kvalitetsniveau med henblik på at styrke turisterhvervets udviklingsmuligheder og grundlaget for en større bosætning og vækst i Det Sydfynske Øhav.

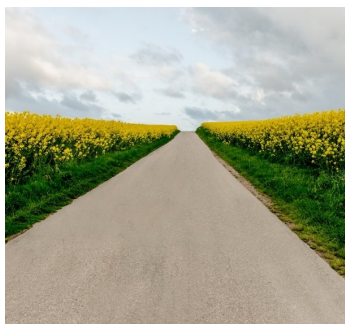
Visionen for Naturturisme I/S er:

"Det Sydfynske Øhav placeres på verdenskortet som førende turistområde for lokalbefolkningen, aktive turister og Special Interest Turister. Samtidig søges Det Sydfynske Øhav kvalitetsstemplet som UNESCO-certificeret GeoPark."

Naturturisme I/S arbejder med afsæt i regionale styrker og potentialer på seks områder:

- Vandring
- Cykling/MTB
- Lystfiskeri
- Lystsejls
- Havkajak
- Undervandsaktiviteter

For turismen på Langeland og Strynø er der udviklingspotentialer på alle seks områder.



2. Turismens betydning i Langeland Kommune

Fakta om turismens betydning i Langeland Kommune, (kilde dels Visit Denmark: *"Turismens økonomiske betydning i Danmark 2014"*-udgivet august 2016 og dels Danmarks Statistik) ¹⁾ .

- 520.905 overnatninger i 2016
 - heraf 261.323 af tyskere og
 - 204.916 af danskere
 - øvrige lande hvor mange turister kommer fra er, Holland, Norge og Sverige
- 65 % af overnatningerne foregik i feriehuse
- 24 % på campingpladser
- 8 % i lystbådehavne
- Omsætning på 520 mio. kr. i 2016, svarende til 7,5 % af den samlede omsætning i kommunen
- 96 % af omsætningen stammer fra overnattende gæster
- Turismen betyder arbejde til i alt 650 årsværk

¹⁾ De reelle tal for turismens betydning forventes at være noget større, idet statistikkerne ikke indeholder opgørelser for overnatninger på hoteller, kroer, Bed & Break fast mv . Der er så få udbydere inden for de enkelte kategorier, at de ikke medtages i statistikken. Danmarks Statistiks regler for diskretionering betyder, at de indberettende virksomheder ikke må kunne identificeres i den kommunale overnatningsstatistik.

3. Vision

Visionen for udviklingen af turismen i Langeland Kommune:

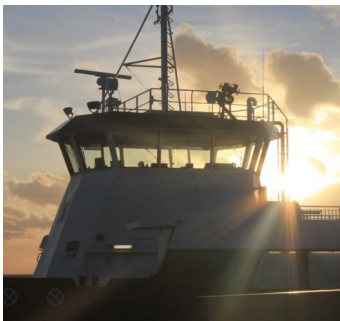
”Langeland Kommune vil være det naturlige valg for en ferie i et attraktivt, aktivt, oplevelsesrigt og autentisk miljø i Det Sydfynske Øhav.”



4. Centrale temaer

Med turismestrategien frem mod 2021 fokuseres der særligt på seks temaer:

1. Outdoor turisme i og omkring øhavet
2. Cykelturisme
3. Vandring som ferieform
4. Familie-, ferie- og kulturturisme
5. Værtskab og service
6. Markedsføring og digitalisering



5. Indsatser i forhold til temaerne

Væksten i turismen skal først og fremmest skabes i private turistvirksomheder. Dette sker bedst, når kommunen leverer gode rammer for turistvirksomhederne. Kommunen har ansvaret for, at strand- og bymiljøer er af høj kvalitet, at infrastrukturen er i orden, og at virksomhederne kan få de nødvendige tilladelser og godkendelser til at udvikle forskellige indsatser.

Derfor vil Langeland Kommune (i det omfang det er praktisk muligt) i daglig drift og i administrationen af regler og retningslinjer prioritere at støtte op om initiativer og tiltag, der kan fremme turismen og turisterhvervet inden for de fem centrale temaer i strategien.

I sager, der besluttet politisk, vil det - hvor det er relevant – blive beskrevet i beslutningsgrundlaget, hvilken betydning sagen har for understøtning af turisterhvervet inden for temaerne.

5.1 Outdoor turisme i og omkring øhavet

Outdoor turismen handler om alt det, der kan opleves i naturen, langs kysten, i vandet, på vandet og under vandet.

Virksomheder, foreninger og borgere kan gennem initiativer understøtte udviklingen i outdoor turismen og skabe omsætning og arbejdspladser.

SHORES Langeland er et eksempel på, at et initiativ, der er startet som en idé hos en gruppe borgere, kan udvikles og blive et aktiv for hele øen. SHORES Langeland er et initiativ, der skal munde ud i etablering af et nyt kraftcenter for vandaktivitet i det gamle færgeleje i Bagenkop Havn samt lokale "hot spots" for vandaktivitet og outdoor oplevelser flere steder på Langelands kyst.

5.2 Cykelturisme

Cykelturismen styrkes gennem samarbejdet i Destination Fyn om at gøre området til Nordeuropas mest attraktive cykelferiedestination i 2020. Lokalt vil Langeland Kommune arbejde for etablering af sikre cykelveje.

Som for outdoor turismen gælder det, at virksomheder, foreninger og borgere gennem initiativer kan understøtte udviklingen og skabe omsætning og arbejdspladser.

5.3 Vandring som ferieform

Vandring som ferieform styrkes bl.a. gennem samarbejdet i Naturturisme I/S, om branding og udvikling af Øhavsstien.

Som for outdoor turismen gælder det, at virksomheder, foreninger og borgere gennem initiativer kan understøtte udviklingen og skabe omsætning og arbejdspladser.

5. Indsatser i forhold til temaerne

5.4 Familie-, ferie- og kulturturisme

Familie-, ferie- og kulturturisme er den turismeform, der i dag er mest udbredt. Langt de fleste overnatninger på Langeland sker i sommerhuse og på campingpladser i sommermånederne. Denne ferieform skal fortsat være i fokus, og målgrupperne findes nationalt og i de lande, der traditionelt har valgt Danmark som feriemål.

Også her kan virksomheder, foreninger og borgere gennem initiativer skabe øget omsætning og arbejdspladser.

5.5 Værtskab og service

Det gode værtskab og den gode service handler om den måde, fastboende og erhvervslivet møder gæster og turister:

Tilgængelighed, åbningstider og differentierede udbud er væsentlige faktorer i oplevelsen af at være velkommen, og det er områder, hvor der gennem initiativer fra virksomheder, foreninger og borgere kan skabes øget omsætning og arbejdspladser.

5.6 Markedsføring og digitalisering

Der skal arbejdes målrettet med markedsføring. Alle målgrupper skal mødes på de digitale platforme. Den gode og originale historie om og fra Langeland og Strynø skal formidles på digitale platforme.

Her kan virksomheder, foreninger og borgere bidrage med de gode og originale historier.

