

Overnatningskapacitetsanalyse - Destination Fjordlandet - Rapport - 230522

Dokumentet er ikke webtilgængeligt

Bilaget på de følgende sider er modtaget fra ekstern part, og er hverken betalt, kontrolleret eller udviklet af Frederikssund Kommune. Det er derfor undtaget fra reglerne om webtilgængelighed (WCAG).

Gå til næste side for at læse dokumentet.

Hvorfor denne information

Som offentlig myndighed har vi pligt til at sikre, at så mange som muligt kan anvende vores websteder og mobilapplikationer. Det gælder ikke mindst brugere med handicap som fx blinde, der skal kunne navigere og læse alt indhold – herunder også bilag – på vores hjemmeside ved hjælp af gængse hjælpeteknologier.

Indhold som ikke er betalt, udviklet eller kontrolleret af kommunen er undtaget fra reglerne.

visit
FJØRDLANDET
let the saga begin



ROSKILDE
KOMMUNE



Lejre
Kommune

FREDERIKSSUND
KOMMUNE

Overnatnings- kapacitetsanalyse

Analyse af den turismemæssige
overnatningskapacitet i Fjordlandets
kommuner nu og fremover

Rapport | Maj 2022



Epinion

Indhold

- 3 Introduktion
- 4 Læsevejledning og datagrundlag
- 5 Hovedkonklusioner og anbefalinger
- 10 Overnatning som et centralt led i turismeværdikæden
- 14 Vigtige forbrugertrends der påvirker efterspørgslen
- 18 Turisme og overnatningskapacitet i Fjordlandet: Nu og fremover
- 28 I dybden med hoteller
- 33 I dybden med camping
- 36 I dybden med feriehuse
- 41 Andre overnatningsformer

Solidt vidensgrundlag for at udvikle destinationens fremtidige overnatningsprodukt

Fjordlandets kommuner ønsker bæredygtig turismeudvikling med flere overnatninger

Destination Fjordlandet, der dækker kommunerne Roskilde, Lejre og Frederikssund, har som et af sine mål at øge antallet af overnattende gæster i destination og arbejder aktivt for at "...turisme bliver en bæredygtig udviklingsmotor, der kan skabe økonomisk vækst og bidrage til levende by- og naturmiljøer og lokalsamfund året rundt"¹. Der er naturligvis mange aspekter i dette, men en væsentlig forudsætning for at øge antallet af overnatninger, er at den nødvendige overnatningskapacitet er til stede.

Der mangler viden om det forventede, fremtidige kapacitetsbehov og hvordan kommunerne kan agere for at understøtte udvikling

Kommunerne spiller en helt central rolle i turismeudviklingen. Dels gennem det tværkommunale destinationssamarbejde (Destination Fjordlandet), dels ved at skabe de rammer, som turismevirksomhederne agerer inden for (ikke mindst ift. langsigtet planlægning) samt fordi en stor del af turismens grundprodukt består af fælles goder som natur, infrastruktur, bymiljøer, kulturtilbud mv., som ikke ejes af den enkelte virksomhed.

For at kunne træffe de rette strategiske og langsigtede valg om udvikling af områdets overnatningsmuligheder er det afgørende for kommunerne med viden om, 1) Hvordan overnatningsmulighederne i dag er i området 2) Hvordan efterspørgslen forventes at udvikle sig fremover 3) Hvordan kommunerne kan arbejde med at understøtte en bæredygtig udvikling.

Denne rapport analyserer destinationens overnatningsprodukt og giver anbefalinger til kommunerne

Kommunerne bag Destination Fjordlandet har derfor igangsat nærværende analyse, der dels tegner et aktuelt billede af destinations overnatningstilbud, men først og fremmest har fokus på den forventede udvikling de næste 10 år.

God læselyst!



Læsevejledning og datagrundlag

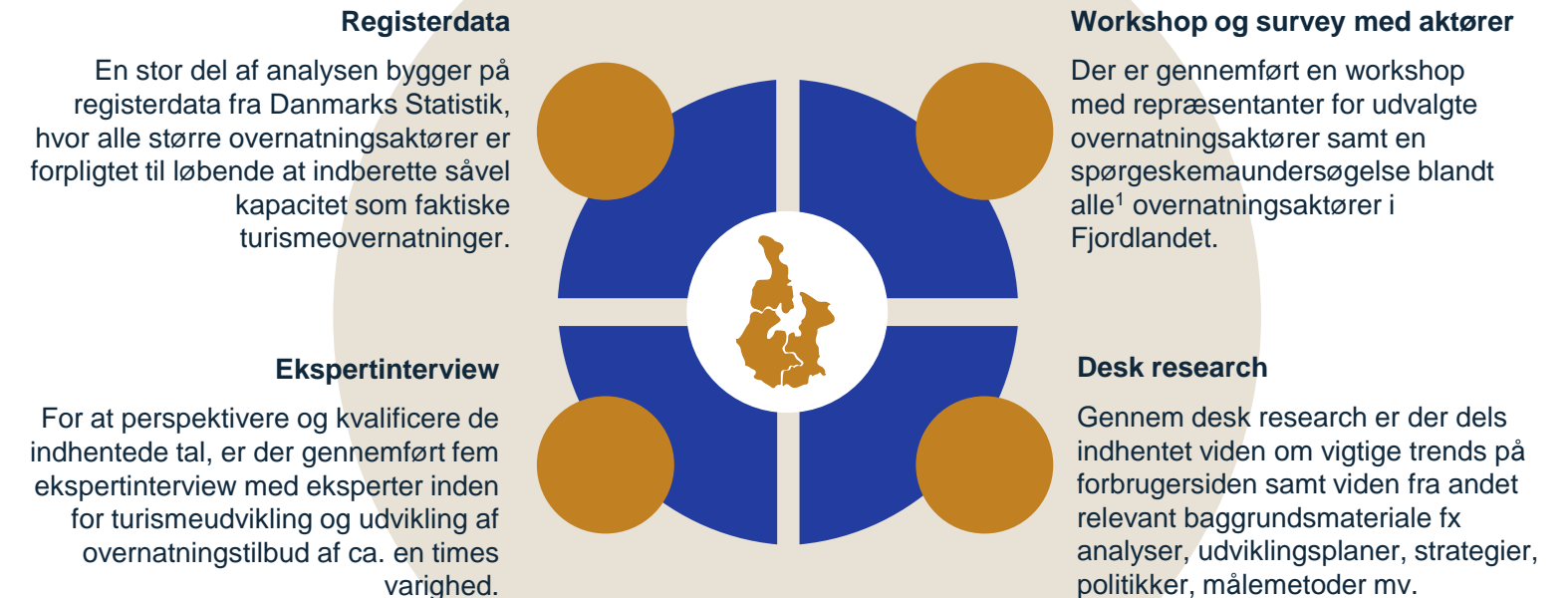
Rapporten indledes med en opsummering af de centrale **hovedkonklusioner og anbefalinger**, som analysen har givet anledning til.

Dernæst følger er afsnit, der kort redegør for **begrebet overnatningskapacitet i et værdikædeperspektiv**, som er central for analysen.

Herefter zoomer afsnittet **”Turismen i Fjordlandet: Nu og fremover”** ind på Fjordlandet og tegner et billede destinationens overnatningstilbud som det ser ud nu, og som det forventes at udvikle sig.

Herefter følger fire afsnit der et for et dykker **særskilt ned i de vigtigste overnatningsformer**. Det gælder hoteller, feriehuse, camping samt øvrige overnatningsformer.

Rapporten bygger på en **tværgående analyse** af data fra **en række kilder**:



Note 1: Desværre lykkedes det trods gentagne opkald kun at indhente svar fra under 30 aktører, hvorfor spørgeskemaundersøgelsen har begrænset anvendelighed for analysen. Derfor blev survey'en også suppleret med kortere samtaler med enkelte af aktørerne.

Fjordlandet er et oplevelsesmæssigt kraftcenter, men har få turismeovernatninger

Fjordlandet er primært en besøgsdestination

Fjordlandet er blandt de mindste i Danmark målt på antal (kommercielle, registrerede) overnatninger, men karakteriseres som et oplevelsesmæssigt kraftcenter med mange dagsbesøgende.

Betydeligt "skjult" turisme i kraft af brug af eget feriehus og mindre overnatningssteder, der ikke indberetter

Det skyldes dog delvist også tendensen til at fokusere på de kommercielle, registrerede overnatninger og Fjordlandet vurderes at have flere millioner overnatninger fra folk i eget feriehus ligesom destinationen har mange mindre overnatningssteder, hvis overnatninger ikke registreres.

Strategisk mål om flere overnatninger, fordi de skaber værdi

Det er et helt naturligt mål for destinationen at arbejde på at konvertere en større del af turismen til overnattende turisme, fordi en stor del af turismeforbruget er knyttet til overnatninger og fordi overnattende turister er i området i længere tid.

Synergi mellem tre ret forskellige kommuner fordrer samarbejde og et stærkt, komplementært samlet tilbud

Destinationens tre kommuner har (som uddybet i illustrationen til højre) et ret forskelligt overnatningsprodukt og dermed ret forskellige udgangspunkter for den videre udvikling.

Der er dermed også en god synergi imellem kommunerne både i forhold til at udvikle et stærkt komplementært tilbud og fx som forudsætning for læring på tværs ift. udvikling af de forskellige former.

Frederikssund

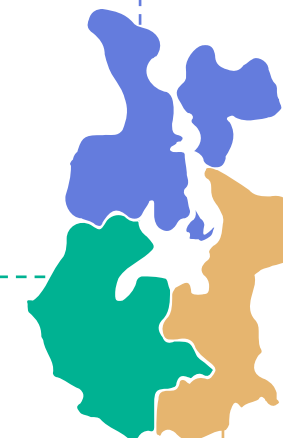
Frederikssund Kommune er kommet ud af corona-perioden med en stigning i turismen (150.000 overnatninger i 2021 mod 138.000 i 2019). Det er primært pga. den store feriehuskapacitet, som blev efterspurgt af danskerne. Der er ligeledes fortsat relativt mange erhvervsturister. Kommunens seks hoteller har dog også et ganske betydeligt antal overnatninger.

Lejre

Lejre Kommune er kendetegnet ved at relativt få registrerede, kommercielle overnatninger (54.000 i 2021). Det er primært ferierejsende danskere. Overnatningskapaciteten bærer også præg af mange små overnatningssteder der ikke registreres fx mindre Bed & Breakfast-steder. Kommunen har ligeledes et par tusind feriehuse, hvoraf meget få dog udlejes.

Roskilde

Roskilde Kommune er kendetegnet ved at have flere udenlandske, flere erhvervsturister og at kunne tiltrække mange endagsturister. Overnatningskapaciteten er primært drevet af hoteller og camping. Selvom antallet af overnatninger derfor fortsat ligger under præ-corona niveauet (168.000 i 2021 mod 208.000 i 2019), så har kommunen fortsat flest overnatninger.



Fjordlandet har gode forudsætninger for at nå målet om flere overnatninger

1

Analysen peger på et betydeligt potentiale for Fjordlandets kommuner i at udvikle overnatningskapaciteten

- Kombinationen af at være et stærkt oplevelsesmæssigt kraftcenter med en stærk værdikæde for turismen (fra transportmuligheder til oplevelserne) og at have mange endagsbesøgende, viser et **oplagt potentiale i at konvertere en større del af turismen til overnattende turisme**
- Fremskrivninger viser, at der forventeligt vil være en **betydelig vækst i efterspørgsel** efter overnatninger i Fjordlandet over de kommende 10 år (se punkt 2)
- **Nærheden til København (både som opland og turismemagnet), fantastiske natur/kystoplevelser og rig kulturhistorie** fremhæves som stærke komparative fordele i positioneringen af Fjordlandet over for potentielle investorer, der kigger efter langsigtet sikkerhed
- **Destinationen har bedst mulighed for at tiltrække investeringer og understøtte overnatningskapaciteten som en samlet enhed på tværs af kommunerne.** Derfor vil forventeligt være en gevinst, hvis det tværkommunale samarbejde med området styrkes og forankres bredt.

2

Fremskrivninger peger på, at den forventede stigning i kommercielle overnatninger i Fjordlandet vil være 11 pct. i 2027 og 27 pct. i 2032¹

- Stigningen er især drevet af fortsat **forventet stigning i Roskilde og Frederikssund** men med **mindre stigning i Lejre.**
- **Hotellerne**, der blev ramt hårdest af coronakrisen, forventes i 2027 kun at ligge på +8 pct., mens **camping og feriehuse** forventes at ligge på +15 pct. og +12 pct. Ser vi frem til 2032 forventes +26 pct. for hoteller, +29 pct. for camping og +25 pct. for feriehuse
- At væksten realiseres vil kræve, at der arbejdes for
 - 1) At sprede turismen mere over året, så den **eksisterende kapacitet udnyttes bedre**
 - 2) At der udvikles **ny kommerciel kapacitet.**
- I forhold til destinations klare **strategiske fokus på bæredygtighed må vægten først og fremmest lægges på udnytte den eksisterende kapacitet** bedre ved at understøtte turisme i ydersæsonerne samt ved at understøtte udvidelser hos eksisterende udbydere.
- **De fire primære konklusioner rettet mod potentiel ny kapacitet** går på at undersøge mulighederne videre for 1) at øge campingkapaciteten, 2) tiltrække et feriecenter, 3) udbygge hotelkapaciteten (evt. kongreshotel) i Roskilde samt 4) fortsat fokusere på at sætte mere af den eksisterende feriehuskapacitet i spil.

3

Fjordlandet har gode muligheder for at tale ind i en række af de vigtige trends, som ses på turismeområdet

- Den **vigtigste megatrend i forhold til turismen er en stigende efterspørgsel.** På trods af alvorlige stød, ikke mindst fra corona, så går udviklingen i det store, langsigtede perspektiv mod større efterspørgsel fra både danskere og udlændinge.
- Mere specifikt ift. Fjordlandet kan man også fremhæve to overordnede og delvist sammenhængende forhold:
- Der er et stort turistsegment der lægger vægt på at **opleve lokale og autentiske steder 'som de lokale gør det', men stadig lægger vægt på storbyoplevelserne.** Dette giver oplagt mulighed for at udvikle mindre overnatningssteder, der kobler sig til de unikke oplevelser i Fjordlandet, som står i modsætning til fx de store concepthoteller i hovedstaden. Herved udnyttes Fjordlandets komparative fordel i nærheden til København, men et unikt oplevelsestilbud.
- Et **generelt øget fokus på natur/kyst og outdoor oplevelser** som i den grad er blevet boostet af coronakrisen og hvor Fjordlandet står oplevelsesmæssigt står meget stærkt. Et fokus som igen forstærkes af nærheden til København, som ikke har samme type af oplevelsestilbud til hverken lokale eller turister.

Note 1: Sammenlignet med 2019-niveauet (præ-corona)

© Copyright Epinion

På basis af analysen kan gives en række overordnede anbefalinger til kommunernes videre arbejde

1

Arbejd med overnatningskapacitet i et værdikædeperspektiv og skab sammenhæng mellem oplevelser, stedspotentialer, målgrupper og overnatning

Overnatning er blot et element i den samlede værdikæde, som kendetegner turismeproduktet. Det er derfor helt central ikke at arbejde løsrevet med overnatningskapacitet men integreret i den generelle turisme- og stedsudvikling.

2

Styrk turismens værdiskabelse ved at arbejde systematisk og strategiske med at konvertere mere af turismen i området til overnattende turisme

En stor del af værdiskabelsen fra turismen er knyttet til overnatningen – både i sig selv og fordi overnattende turister bliver længere. Det er derfor stort potentiale for Fjordlandets kommuner ift. at understøtte denne konvertering.

3

Tag klare politiske beslutninger med opbakning på øverste politiske niveau i forhold hvilken retning turismen skal udvikle sig og hvad I vil med turismen

Hvis man ønsker aktivt at arbejde med overnatningskapacitet kræver det en klar retning for turismen og tildeling af de nødvendige ressourcer. Overnatningskapacitet kræver store investeringer og en forudsætning herfor, er en stærk politisk forankring på tværs af kommunerne.

4

Styrk samarbejdet om kapacitetsudvikling og planlægning på tværs af kommunerne for at udnytte synergierne og stå stærkere

Ved at samarbejde på tværs udnyttes den lokale viden i de forskellige forvaltninger og sikres en kobling til udviklingsarbejdet i destinationssamarbejdet. Dette styrker både den interne planlægning og den eventuelle indsats med at tiltrække investorer.

5

Tænk turisme ind som et centralt tema i planstrategiarbejdet og inddrag borgere og interessenter

Udvikling af overnatningskapacitet kræver langsigtet planlægning og fokus. De eksisterende planstrategier rummer meget lidt om turismeudviklingen og det vil være en oplagt ramme for at arbejde strategisk med det. Desuden er det centralt med tæt inddragelse for at lykkes.

6

Styrk samarbejdet om positionering af Fjordlandet som destination og tiltrækning af investorer

Fjordlandet er i dansk og ikke mindst international sammenhæng en lille og relativt ukendt destination. Omvendt har den stort potentiale ikke mindst i kraft af nærheden til København. Kommunerne må samarbejde om at positionere Fjordlandet over for investorer.

På basis af analysen og dialog med overnatningsaktørerne kan gives en række mere konkrete anbefalinger og forslag

1

Arbejd videre med at undersøge muligheden for at etablere et feriecenter på destinationen, der vil booste kapaciteten betydeligt

Fra flere forskellige sider er forslaget om at undersøge muligheden for at etablere et feriecenter kommet frem, som noget der bør afsøges nærmere, fordi det give et substantielt boost af kapacitet og vurderes som en realistisk mulighed.

2

Arbejd videre med at undersøge muligheden for at etablere et kongreshotel i Roskilde, der kan øge byens muligheder for at tiltrække erhvervsturisme

Nogle aktører vurderer, at et hotel i tilknytning til Roskilde Kongrescenter der øger overnatningskapaciteten kan potentielt åbne mulighed for nye muligheder for fx at tiltrække konferencer o.l.

3

Styrk mulighederne for at udvikle destinationens campingpladser for at øge kapaciteten

Det vurderes på baggrund af analysen, at de eksisterende campingpladser har så lidt ledig kapacitet, at der skal udvikles mere for at imødegå efterspørgslen. Det kan ske i relation til de eksisterende pladser og/eller ved at undersøge mulighed for nyetablering.

4

Fortsat og styrk arbejdet med at konvertere mere af den uudnyttede feriehuskapacitet til kommercielle overnatninger

Med den meget store uudnyttede kapacitet i de feriehus, som ikke udlejes (og i perioder ikke anvendes af ejerne), er det mest oplagte greb for at øge feriehuskapaciteten at understøtte arbejdet med at øge udlejningsprocenten.

5

Styrk rådgivningen af de mange mindre overnatningssteder i forhold til øgning af deres kapacitet

Ikke mindst Lejre og Frederikssund har mange mindre overnatningssteder og selvom den samlede kapacitet er begrænset, så kan den øges ved at understøtte aktørerne, der agerer ift. komplekse regler, hvis de ønsker at udvide.

6

Igangsæt initiativer der udvikler flere mindre overnatningsprodukter i tilknytning til stærke oplevelsesmæssige knudepunkter fx inden for outdoor

Et andet oplagt initiativ er at understøtte udvikling af mere kapacitet i sammenhæng med oplevelser inden for outdoor. Det giver ikke nødvendigvis stor ekstra kapacitet at fx etablere mere glamping, men det øger værdiskabelsen af turismen i naturen.

Overnatningsstedet er et vigtigt del af turismeværdikæden, men må ses i sammenhæng med de øvrige dele

Turismeproduktet anskues ofte som en værdikæde

Turismeproduktet er særligt, fordi det består af en række forskellige dele, som ofte udbydes en række helt adskilte udbydere såvel som offentlige goder. En nyttig måde at se på det er i en værdikæde, som illustreret neden for. En overnattende turist forbruger både noget transport til destinationen, overnatter på fx et hotel, køber ind, spiser måske på restaurant, oplever et museum samt bruger den offentligt tilgængelig natur og infrastruktur.

Overnatningstilbuddene er derfor blot et led i værdikæden

Denne analyse har særligt fokus på overnatningselementet, men som denne tankegang illustrerer, så er det vigtigt, at denne udvikles i tæt samklang med de øvrige elementer. Hotelsenge fylder ikke sig selv, men fordi det samlede produkt er attraktivt. Mange ting kan være *reason to go*, men det er sjældent overnatningsstedet i sig selv. Udviklingen af overnatningstilbud må derfor gå hånd i hånd med udvikling af den samlede destination.

En stor del af turismeomsætningen er knyttet til overnatningen

Når overnatningselementet er så interessant skyldes det først og fremmest, at den store del af den potentielle turismeomsætning er knyttet til overnatningen. Det varierer fra overnatningsform til overnatningsform, men typisk er 20-30 % af turistens forbrug knyttet til køb af overnatning¹. Desuden betyder det, at turisten overnatter på destinationen over flere dage, at en større del af turistens øvrige forbrug lægges på destinationen.

Det er derfor centralt at have relevant overnatningskapacitet

Det er derfor helt centralt, at overnatningskapaciteten på destinationen udvikles i samspil med (og som en del af) det generelle turismeprodukt, hvis turismen for alvor skal være værdiskabende økonomisk og dermed bidrage til at skabe mere bæredygtige lokalsamfund.

Uddrag af turismeværdikæden

Transport

Turister skal per definition transportere sig til destinationen fx ved at benytte egen bil eller kollektive transportformer.

Overnatning

Hvis der ikke er tale om endagsturisme må turisten overnatte i kortere eller længere tid fx på et hotel, en campingplads eller hos familie og venner.

Service

Turisten bruger forskellige former for services fx besøger restauranter og cafeer eller lejer cykler eller bil. Det kan også være digitale services.

Oplevelser

En vigtig komponent er ligeledes oplevelser. Det kan være i form af betalte som fx museumsbesøg eller gratis som fx aktiviteter i naturen.

Note 1: VisitDenmark, Turismens Økonomiske Betydning 2019, 2022

© Copyright Epinion

Udviklingen af relevant overnatningskapacitet er kompleks

Der er mange forskellige typer af overnatningstilbud, som turisterne benytter

Turismeovernatninger sker på et meget bredt udsnit af overnatningstilbud – se illustrationen til højre. En vigtig sondring er mellem de kommercielle som fx et hotel og de ikke-kommercielle som fx når en turist overnatter hos familie og venner eller bruger sit eget feriehus. Inden for typerne som fx hotel eller feriehus kan der ligeledes være stor variation.

Overnatningstallene viser kun en del af billedet, men fanger hovedparten af den kommercielle aktivitet

Når der normalt refereres til overnatningsstatistikken er det vigtigt at have sig for øje, at den kun dækker den del af overnatningerne der sker kommercielt, og er omfattet af indberetningspligt til Danmarks Statistik. Det betyder at de mindre – men kommercielt drevne – tilbud ikke indgår ligesom de ikke-kommercielle overnatninger ikke er med.

Overnatningstallene udtrykker mødet mellem udbud og efterspørgsel

Overnatningstallene er således et udtryk både for udbuddet af overnatningsmuligheder og for efterspørgslen fra turisterne. Antagelsen må være, at markedet gradvist vil tilpasse sig, hvis de to afviger fra hinanden. Der er imidlertid en stor lækageproblematik. Det gælder på tværs af overnatningsform – måske lejer turisten et feriehus, hvis ingen campinghytter var ledige – og på tværs af geografi. Måske lejer turisten et feriehus i Odsherred selvom Hornsherred var første prioritet.

Den relevante kapacitet?

En væsentlig problemstilling er desuden knyttet til typen af kapacitet. Fx er der måske er ledigt udbud af campingenheder, men de er uden strøm og der er kun efterspørgsel efter dem med strøm eller de ledige hotelsenge er på et kongreshotel, som ikke er relevant for ferierejsende i sommerferien.

Centralt i denne sammenhæng er således dynamikken mellem erhvervsturismen, som har sin tyngde jævnt spredt, men uden for ferieperioderne, og ferieturismen, som har sin tyngde i ferieperioderne. Forskellige målgrupper og ferieformer resulterer i forskellige behov. Hvis en vigtig motor i oplevelsesudviklingen fx er outdoor-produktet, så skal der selvfølgelig ske en udvikling af overnatningskapaciteten i sammenhæng hermed.

Hertil kommer den såkaldte usynlige kapacitet, som er kapacitet der er til stede, men ikke er aktiveret eller direkte målbar. Fx vil kapaciteten være usynlig for de personer som udlejer privat gennem AirBnB (fx feriehus eller lejligheder). Mange små overnatningssteder eller friteltning vil ligeledes være en usynlig kapacitet.

Sæsonudsving som central præmis for kapacitetsdiskussionen

I det hele taget er netop sæsonudsving en stor og vigtig problematik i kapacitetsdiskussionen. Fordi den ekstra efterspørgsel, der kan være efter overnatningsmuligheder, ofte er koncentreret i højsæsonerne. Den ekstra kapacitet kan ikke udnyttes til fulde i ydersæsonen, hvilket resulterer i ledig kapacitet der er forbundet ekstra omkostninger (fx tomme hotelværelser). En væsentlig problematik er derfor at stimulere efterspørgsel en større del af året, så kapaciteten udnyttes bedre og bliver mere rentabel.

De forskellige overnatningstyper

Kommercielle, registrerede overnatninger

Når der normalt refereres til "kommercielle overnatninger", mener normalt de turismeovernatninger, som indrapporteres til Danmarks Statistik. Det gælder:

- Større hoteller, vandrehjem o.l.
- Feriehuse udlejet via bureau og feriecentre
- Campingpladser og lystbådehavne.

Kommercielle, ikke-registrerede overnatninger

Der findes en række kommercielle turismeovernatninger som normalt ikke registreres og regnes med i statistikken. Det gælder bl.a.:

- Mindre hoteller, bed & breakfasts o.l.
- Feriehuse udlejet privat fx via AirBnB
- Betalt overnatning i naturen.

Ikke-kommercielle, ikke-registrerede overnatninger

Dertil kommer alle de ikke-kommercielle overnatninger. Det gælder særligt:

- Overnatninger i eget eller lånt feriehus
- Overnatninger hos familie og venner
- Gratis overnatning i naturen.

Øget overnatningskapacitet er et mål for Fjordlandet

Det er et eksplicit mål for Fjordlandet at øge sin overnatningskapacitet

Som nævnt indledningsvist har Destination Fjordlandet som et af sine mål at øge antallet af overnattende gæster i destination¹. Dels på kort sigt ved at arbejde for bedre udnyttelse og ved på længere sigt at understøtte ny kapacitet. I dette ligger således et fravalg af blot at lade udviklingen gå sin gang men i stedet aktivt søge at påvirke og understøtte etableringen af flere overnatningsmuligheder.

Styrket fokus på at skabe ny, relevant overnatningskapacitet kræver en prioriteret og koordineret indsats fra kommunerne

Mens kommunerne har uddelegeret en række opgaver inden for udvikling og markedsføring til det fælles destinationsselskab, så ligger udviklingen af ny overnatningskapacitet under kommunerne, som ansvarlige for den langsigtede fysiske planlægning. Når man læser de eksisterende planstrategier for kommunerne fylder turismen meget lidt.

Det kræver således en eksplicit prioritering fra kommunerne, hvis arbejde med at udvikle ny overnatningskapacitet skal accelereres. Dels involvere det en række politiske valg og prioriteringer om den overordnede retning, man ønsker at udvikle turisme i, og dels kræver det formentligt en tættere koordination mellem kommunerne på forvaltningsniveau (samt med destinationsselskabet), hvis der skal skabes synergi mellem kommunernes indsatser.

Hvis man – bl.a. med denne analyses resultater i hånden ønsker at gå i dialog med potentielle investorer er det helt centralt med en stærk politisk opbakning.

Nogle af de vigtige spørgsmål, som analysens resultater må ses i sammenhæng med...

Skal der arbejdes målrettet med at tiltrække nye investeringer?

Ekspertter påpeger, at det kræver en meget stor indsats af kommunerne at arbejde succesfuldt med at tiltrække investeringer. Dels kræver det stærk forankring på øverste niveau. Dels kræver det et meget langsigtet fokus og skal tænkes i flere niveauer. Det er både vigtigt med en stærk og klar position for destinationen som *meta-lokation*, det vil at arbejde med at positionere destinationen og hvad den kan tilbyde, samt selvfølgelig identificere de helt konkrete placeringer, hvor det er muligt at etablere konkrete projekter.

Hvordan håndteres afvejninger med andre prioriteter?

Turismeudvikling foregår ikke et vakuum, men går tvært imod på tværs af en række vigtige udviklingsområder som bosætning, arbejdsmarkedspolitik, naturbeskyttelse, kulturpolitik mv. Ekspertterne peger på, at det er meget vigtigt, at der politiske sættes en klar retning for, hvad man ønsker med sin turismeudvikling og hvad man vil have og ikke have. I det meget langsigtede arbejde er det afgørende med denne klarhed.

Hvad betyder det at arbejde med bæredygtighed som et centralt omdrejningspunkt?

Som nævnt indledningsvist står bæredygtighed som centralt fundament i destinationens strategi, hvor det hedder at der arbejdes for at "...turisme bliver en bæredygtig udviklingsmotor, der kan skabe økonomisk vækst og bidrage til levende by- og naturmiljøer og lokalsamfund året rundt". At arbejde bæredygtigt med kapacitetsudvikling betyder således at være meget opmærksom på turisme som et middel til at frem for et mål i sig selv – hvilket igen tydeliggør behovet for at være eksplicit som det politiske mål med turismeudviklingen.

Der kan identificeres en række vigtige trends, som vi påvirke efterspørgslen over de kommende år

Coronakrisen har tydeligt vist, at efterspørgslen er svær at forudsige

Denne analyse beskæftiger sig med den forventede udvikling de kommende 10 år. Det er i sagens natur vanskeligt at forudsige forbrugeradfærden frem i tid. Coronakrisen illustrerede med al ønskelig tydelighed, hvordan forbrugeradfærden fra den ene dag til den anden kan ændres radikalt. Senest har kombinationen af krigen i Ukraine og en begyndende inflationskrise skabt ny usikkerhed om rejsemuligheder og –budgetter.

Den mest centrale og overordnede trend er en generel stigning i turismen

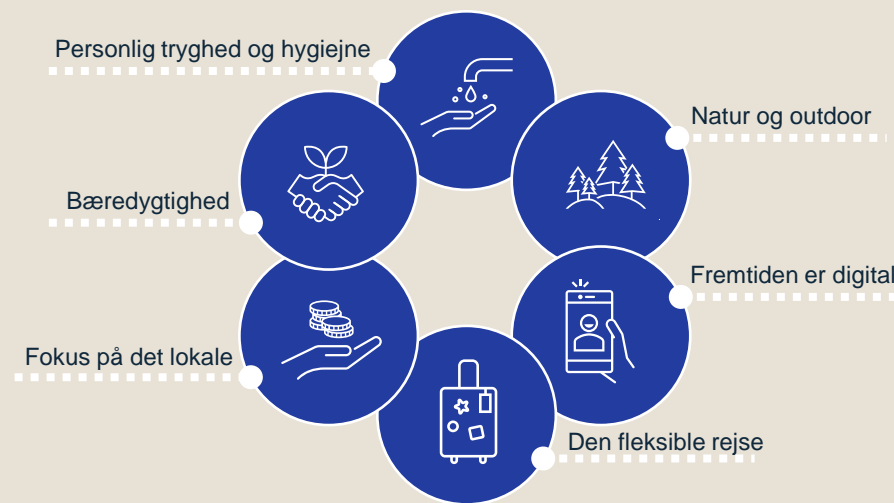
På trods af de senere års udfordringer, så er den gennemgående megatrend dog ubetinget en stigende efterspørgsel. Det gælder globalt såvel som nationalt. Siden sin spæde start i 50'erne og 60'erne, så er turismen nærmest eksploderet over de senere årtier. I de knap to årtier fra 11. september 2001 og frem til Coronakrisens udbrud i 2020 blev antallet af internationale turistankomster mere end fordoblet globalt¹. I Danmark så vi i årene op til Coronakrisen vækstrater på 2-5 % årligt i antallet af overnatninger². Den måske mest centrale pointe i relation til forbrugeradfærd med betydning for den langsigtede turismeudvikling er derfor, at alt peger på at efterspørgslen vil fortsætte med at stige.

Samtidig ser vi en række centrale forbrugertrends forme turismeefterspørgslen

Mens det således kan være vanskeligt at forudsige store eksterne stød til efterspørgslen eller hvordan fremtidens teknologier vil forandre turismen, så er det alligevel muligt at identificere en række centrale megatrends, der på forskellige vis vil påvirke efterspørgslen – også efter overnatningsprodukter. Det er derfor helt centralt at indtænke betydningen af disse trends i udviklingsarbejdet og ift. netop de målgrupper, der er relevante.

Vi kan her naturligvis ikke redegøre i dybden for alle disse temaer her, men på de følgende sider vil vi give en kort præsentation af hver trend samt hvordan vi kan forvente, at den vil påvirke efterspørgslen efter overnatningsprodukter.

Seks centrale forbrugertrends, som vil påvirke efterspørgslen



Note 1: Kilde <https://ourworldindata.org/tourism/> Note 2: Det Nationale Turisforum, Statusanalyse af udviklingen i dansk turisme, 2022.

Bæredygtighed, personlig sikkerhed og hygiejne samt fleksibilitet bliver afgørende



Bæredygtighed

En betydelig del af turisterne er i højere grad end tidligere opmærksomme på, hvordan de rejser og forbruger mere bæredygtigt. Ikke mindst på klimadimension siger mange, at de vil tage mere hensyn, når de rejser. Men der er også stigende opmærksomhed på andre aspekter af bæredygtighed fx om den bidrage økonomisk og socialt til lokalområdet. Indtil videre har den ikke medført radikale ændringer i adfærden, og nogle forventer ligefrem at det er på vej til at blive en hygiejnefaktor, som turisterne blot forventer er tænkt igennem (ikke mindst ift. erhvervsturisme).



Overnatningssteder bliver derfor også valgt i forhold til deres bæredygtighedstiltag, som miljøcertificeringer, klimakompensation og bæredygtige alternativer til fx transport og restauration, hvilket må tænkes aktivt ind i udviklingen.



Personlig tryghed og hygiejne

En udløber af Coronakrisen, som i mange dele af verden fortsat ikke er et overstået kapitel, er et øget fokus på tryghed, hygiejne og sikkerhed. Der er fortsat usikkerhed om rejsemuligheder pga. Corona, og senest har krigen i Ukraine medført fornyet usikkerhed om rejsemuligheder. Det giver fx udslag i større efterspørgsel efter pakkerejser samt fokus på afbestillingsmuligheder, ligesom det ændrer rejsemønstrene, så lande der vurderes som usikre fravælges.



Overnatningssteder må derfor både have fokus på helt konkrete tiltag til hygiejne og sikkerhed, hvis Corona eller en ny pandemi på ny medfører usikkerhed. Desuden må man arbejde med at tilbyde fleksible afbestillings- og ombookingsmuligheder.



Den fleksible rejse

Flere sammenhængende udviklinger trækker til sammen i retning øget fokus på fleksibilitet. Dels har hjemme-/fjernarbejdet betydet helt nye muligheder for at kombinere arbejde og fritid. Dels har Coronakrisens mv. forkortet bookinghorisonten, så der rejses mere spontant.



For overnatningsaktører betyder det, at deres gæster ønsker fleksible muligheder for fx fjernarbejde ved destinationen eller muligheden for at kombinere arbejds- og ferierelateret ophold (bleisure).

Det lokale, natur og outdoor samt digitalisering bliver afgørende



Fremtiden er digital

Der er umuligt at tale trends uden at have fokus på den omfattende digitalisering, som påvirker alle dele af forbrugeradfærden. I første omgang digitaliseres en stor del af turisternes informationssøgning, bookingadfærd, men også oplevelsesindholdet digitaliseres i stigende grad. Det betyder både stigende konkurrence fra digitale oplevelsesprodukter samt stigende krav til turismeaktørers digitale infrastruktur, kompetencer, produktudvikling mv.



Overnatningssteder må tænke digitalt i alt hvad de gør. Det gælder naturligvis især ift. det åbenlyse som infrastruktur og digital service, som konstant udvikler sig. Eksempler er øget mulighed for kreativ marketing, nemmere og mere simplificeret bookingoplevelse samt mere personlig kommunikation med gæster.



Fokus på det lokale

Som fremhævet under bæredygtighed så handler en vigtig del af den sociale og økonomiske bæredygtighed at mange forbruger ønsker at være en del af turisme, som giver tilbage til lokalområdet, ligesom der er et stærkt fokus på at opleve autentiske steder som "midlertidig lokal". Der er tale om en mangeårig trend fra "sight seeing til society seeing".



Overnatningsaktører forventes i højere grad både at samarbejde med andre lokale aktører og bidrage til udviklingen af lokalsamfund, der attraktive for både borgere og turister, samt udvikle turisme med udgangspunkt i de særegne, stedbundne potentialer.



Natur og outdoor

Coronakrisen har medført en massiv stigning i interessen for outdoor og natur, som forventes at fortsætte de kommende år. Naturoplevelser er afgørende både i forhold til mere nicheprægede aktiviteter som mountainbiking eller sejlsads, som vinder frem, men også som bredt rejsemotiv, hvor fokus på de mere simple og rolige naturoplevelser er i stor fokus i kølvandet på pandemien.



For overnatningsaktører betyder det, at deres gæster fx søger anbefalinger og guidance til at udforske den lokale natur, men åbner også mulighed for at udvikle overnatningstilbud i relation til ellers gratis naturoplevelser.

Turismen i Fjordlandet

Fjordlandet havde 373.000 registrerede, kommercielle overnatninger i 2021

I Fjordlandet er der registreret 373.000 turismeovernatninger i 2021 og er dermed en af de få destinationer, som fortsat ikke er tilbage på 2019-niveauet, før corona pandemien.

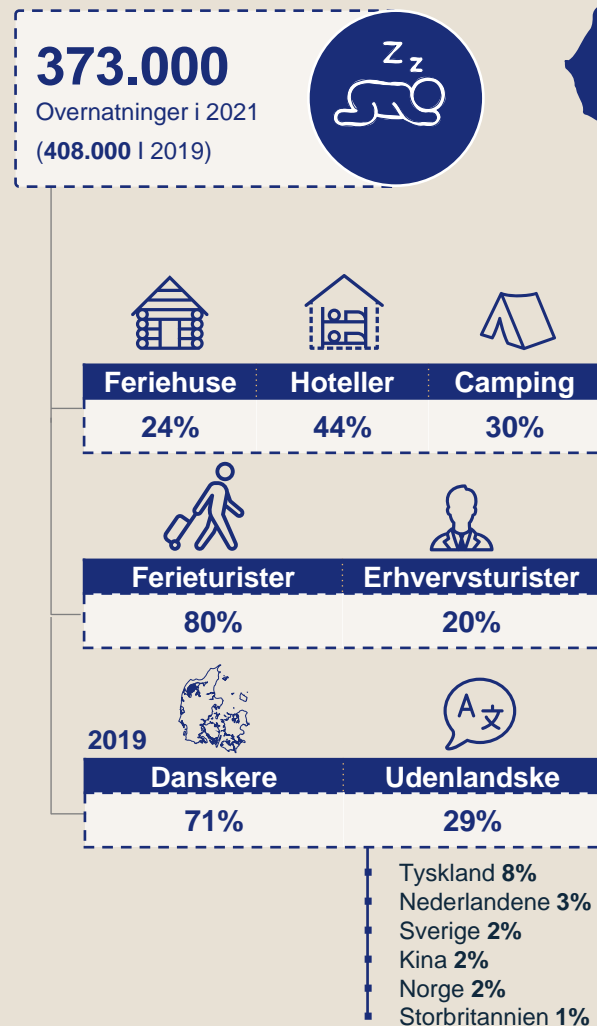
Den hyppigste overnatningsform i Fjordlandet er på hoteller eller vandrehjem, som står for 44 pct. af de registrerede overnatninger. Disse overnatninger var spredt over 15 hoteller (inklusive Danhostel Roskilde). Camping stod for næstflest overnatninger med 30 pct. af overnatningerne med blot fem campingpladser. De af Fjordlandets 8.883 der blev udlejet, stod for de resterende 25 pct. af turismeovernatningerne. Dertil kommer anslagsvist 8.000 overnatninger lystbådehavnene.

Selvom disse tal ofte blot omtales som 'overnatningstallene', så dækker de kun et udsnit af de samlede overnatninger

Som tidligere nævnt er det vigtigt at påpege at de viste tal kun dækker de kommercielle registrerede overnatninger. Fx har destinationen ca. 35 B&B's der bidrager med anslagsvist 8.000 overnatninger og række andre mindre overnatningssteder der ikke er tal for. Dertil kommer selvfølgelig et stort antal ikke-kommercielle overnatninger, fx landliggere.

Betydelig andel erhvervsturister og udenlandske besøgende

Selvom overnattende turister i Fjordlandet primært er danske ferierejsende, er der både en betydelig andel erhvervsturister (20 pct. i 2021) og udenlandske gæster (29 pct. i 2019).



Overnatningsmulighederne

Overnatningsform	#	Vurdering af bidrag til kapacitet
Feriehuse	8.883	Stor
Hoteller og vandrehjem	15	Stor
B&B	35	Mellem
Campingpladser	5	Stor
Lystbådehavne	15	Mellem
Shelters og teltpladser	40	Lille
Alternativ overnatning (pop-up, glamping, bondegårdferie mv.)	6	Lille
Roskilde Festival	130.000+ gæster	Stor

Kilde: Overblik fra Fjordlandets strategi 2021-2024. Antal hoteller og sommerhuse er opdateret. Vurdering: Epinion.

Note 1: Overnatningstal er fra Danmarks Statistik og baseret på registrerede kommercielle overnatninger fra overnatningssteder med mindst 40 sengepladser. Tal er angivet i nærmeste hele tusinde. Lystbådehavne er udeladt af typer da de udgør ~2%.

En destination med mangeartet turisme

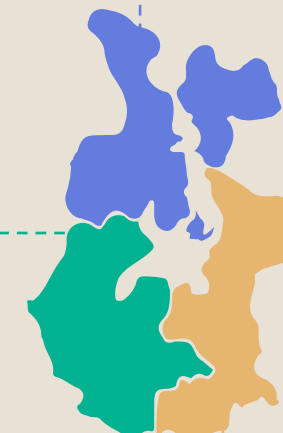
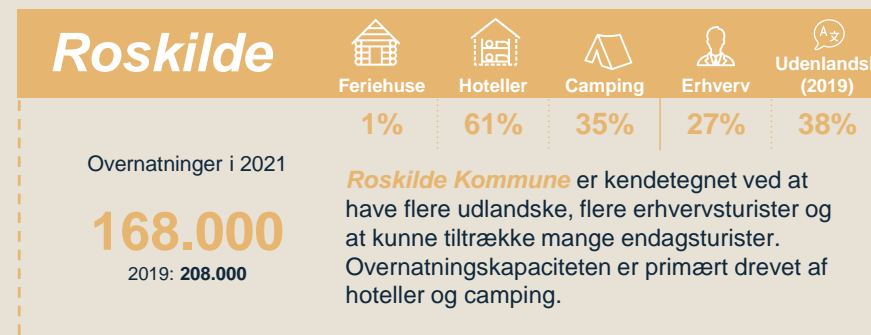
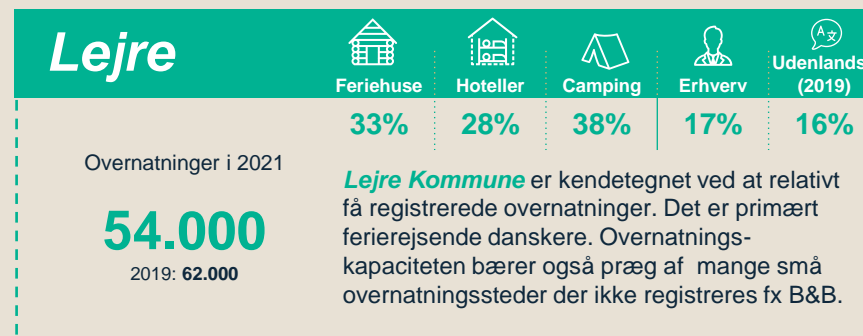
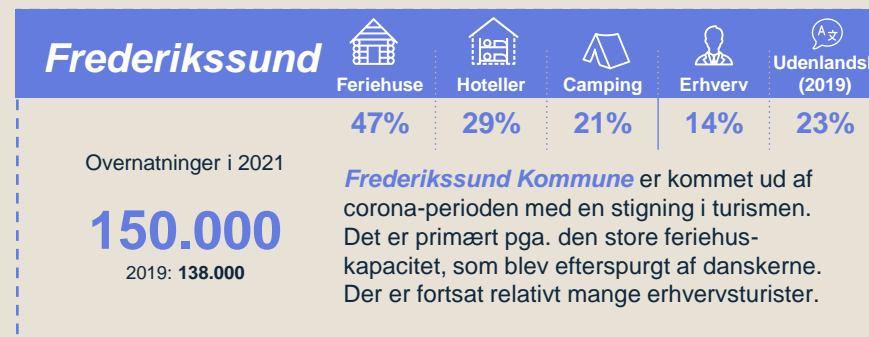
Tre forskellige kommunale profiler

Kommunerne i Fjordlandet bidrager på forskellig vis til en mangfoldig destination. Fælles er at de trækker på destinationens komparative fordele i fantastisk natur og kyster, kulturhistorie, nærhed til København mv.

Roskilde er den største kommune målt i overnatninger, og også den kommune som tager imod fleste udenlandske turister. Dette forhold har også gjort Roskilde mere eksponeret overfor Corona restriktionerne. Turismen i Roskilde kommune er i højere graf også drevet af hotelturisme og erhvervsturisme.

Frederikssund har næstflest overnatninger i destinationen og har oplevet en stigning i turismen siden pandemien. Dette er især drevet af danskerne og den store feriehusbestand i kommunen.

Lejre er en relativt lille turistdestination målt i registrerede overnatninger. De turister der registreres overnatter både i feriehus, på hoteller og campingpladser. Men overset i statistikken er mange mindre overnatningssteder.



Fjordlandet er et oplevelsesmæssigt kraftcenter, men har få turismeovernatninger

Fjordlandet står stærkt som oplevelsesmæssigt kraftcenter og udflugtsmål

I Udviklingsplanen for Sjælland og øerne udarbejdet af Dansk Kyst- og Naturturisme karakteriseres Fjordlandet som et oplevelsesmæssigt kraftcenter, mens de kapacitetsmæssige kraftcentre findes andre steder.

De to illustrationer gengivet til højre viser de to typer kraftcentre på Sjælland, som planen identificerer.

Fjordlandet har meget få turismeovernatninger sammenlignet med andre destinationer

Af de 19 danske destinationer, der er etableret pt., ligger Fjordlandet på en 18. plads målt i samlet antal overnatninger i 2021 (kun VisitHerning, der stort set alene har erhvervsturisme, har færre)¹.

Nabodestinationerne VisitNordsjælland og Destination Sjælland har eksempelvis begge mere end dobbelt så mange (kommercielle, registrerede) overnatninger som Fjordlandet.

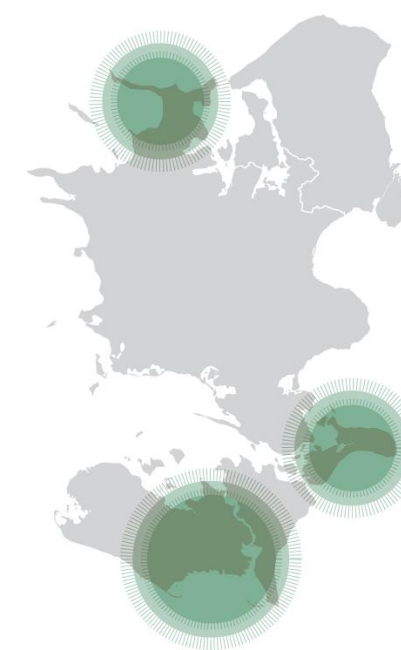
Det peger samlet på et stort potentiale for udvikle mere overnatningskapacitet

At Fjordlandet i dag således står oplevelsesmæssigt stærkt og som et stærkt udflugtsmål med mange endagsbesøgene på den ene side, men med relativt set meget få turismeovernatninger på den anden side peger på et uforløst potentiale, hvis overnatningskapaciteten øges.

Oplevelsesmæssige kraftcentre



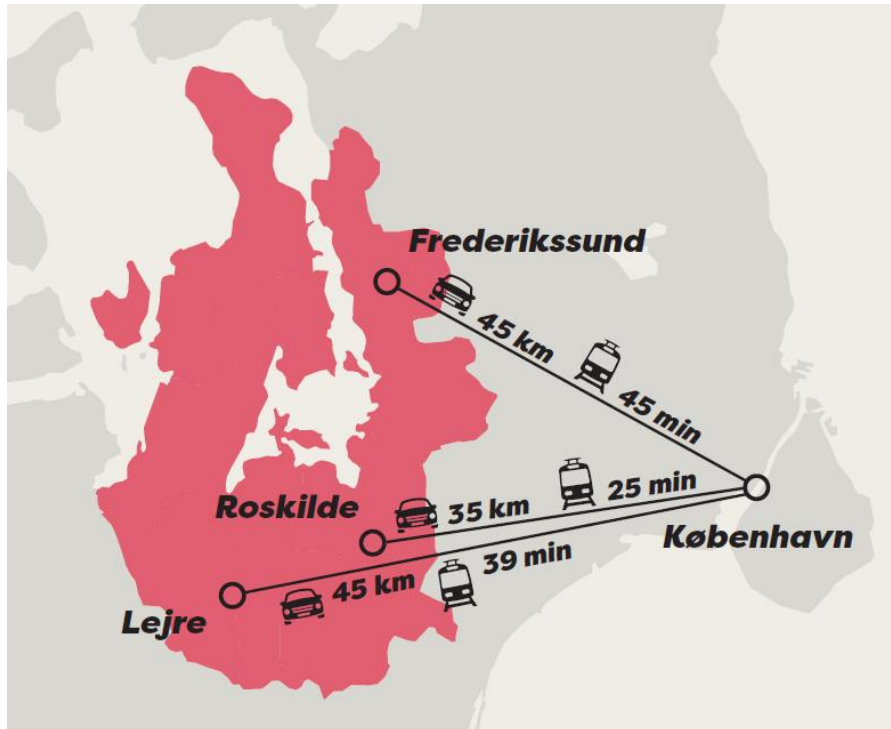
Kapacitetsmæssige kraftcentre



Kilde: Illustration af Bark Rådgivning for Dansk Kyst- og Naturturisme, Udviklingsplan for Sjælland og øerne

Nærheden til København er en helt central præmis

Nærheden til København er en vigtig forudsætning



Kilde: Illustration fra Destination Fjordlandet, Strategi 2021-2024

Placeringen tæt på København skaber stærk position som udflugtsmål og rekreativt bagland

I forlængelse af pointen på forrige side, så skyldes Fjordlandets stærke position som udflugtsmål ikke mindst nærheden til København, der både udgør et stort markedsgrundlag i sig selv, men også (normalt) tiltrækker et stort antal udenlandske turister, som overnatter i København men fx besøger en attraktion i Fjordlandet.

Omfattende udbygning af særligt hotelkapaciteten i København skaber konkurrence

Den fortsatte udbygning af hotelkapaciteten i København må formodes at skabe en periode med overkapacitet indtil den udenlandske turisme er tilbage, og det kan naturligvis anskues som en konkurrent til nye overnatningsmuligheder i Fjordlandet.

Men først og fremmest er København en mulighedsskaber for Fjordlandet

Eksperterne peger dog på, at der et stort potentiale for Fjordlandet i at fokusere på de målgrupper, som ikke ønsker at bo i storbyen, men gerne vil have dens mange oplevelsesmuligheder som en del af paletten. Kapaciteten i Fjordlandet er under alle omstændigheder meget, meget mindre end den i København.

Der peges også på, at netop destinationens nærhed til en vækstmetropol som København er en afgørende USP i forhold til tiltrækning af internationale investorer, der netop ser på den langsigtede udvikling.

Bosætningsperspektivet som konkurrerende fokus?

Der peges ligeledes på, at nærheden til København giver muligheder som bosætningskommuner, som ikke er mange andre turismekommuner forundt. Der kan med andre ord opstå konflikter fx i forhold til om attraktive placeringer skal anvendes til turisme- eller bosætningsformål.

Det er svært at forudsige de langsigtede effekter af corona-pandemien

Meget er usikkert om turismen efter corona-pandemien

Turismebranchen blev ramt særdeles hårdt af corona-pandemien. Med rejserestriktioner, tvungne nedlukninger og de manglende udenlandske turister er corona-pandemien på mange måder en skelsættende begivenhed for erhvervet. Derfor er det også meget svært at spå om turismen på den anden side af pandemien – især om effekterne på lang sigt. Fx *Hvilke nationaliteter vender tilbage først? Har Danskerne fået øjnene op for ferie i Danmark? Strømmer danskerne til udenlandsferier, nu hvor alt er åbent? Med øget fokus på tryghed og hygiejne, står Danmark så bedre som destination?*

Usikkerheden blev for nylig øget af krigen i Ukraine og prisstigninger, som de første undersøgelser allerede viser får flere til at rejse tættere på hjemlandet.

Arbejdet med post-corona scenarier for turismen

Lettere forsimplet er der fire scenarier for dansk turisme fremadrettet som vist til højre. For de udenlandske turister, er det store spørgsmål om udenlandske turister vender tilbage nu hvor grænserne er åbne, eller tager det længere tid før udlandsrejser normaliseres? Danskerne var gode til at bruge Danmark til deres ferie under corona-pandemien. Men fortsætter dette fremadrettet, eller får udlængslen danskerne til at rejse til udenlands?

Sammensat giver dette fire mulige (karikerede) scenarier:

- **Op** er scenariet hvor danskerne fortsætter med at bruge Danmark og de udenlandske turister samtidig vender tilbage.
- **Udlængsel** er scenariet hvor danskerne rejser udenlands, men de udenlandske turister vender tilbage.
- **Corona** er scenariet hvor udenlandske turister stadig ikke er tilbage på tidligere niveauer og danskerne fortsat bruger Danmark.
- **Ned** er scenariet hvor danskerne rejser udenlands og de udenlandske turister endnu ikke er vendt tilbage endnu.

Scenarier for turismen i tiden efter corona-pandemien

Danske turister rejser primært i **Danmark**

Danske turister rejser primært **udenlands**

Udenlandske turister **vender tilbage** til Danmark

Udenlandske turister **ikke tilbage** (på kort sigt)



Fjordlandet var en af de destinationer der blev hårdest ramt af Corona-pandemien, men der er allerede indikationer på at turisterne kommer tilbage

Fjordlandet var en af de destinationer der tog den største nedtur under corona-pandemien med et fald på en fjerdedel af overnatninger fra 2019 til 2020. Men allerede i år er der tydelige tegn på at Fjordlandet er på vej tilbage – og måske endda stærkere end tidligere.

De turismegrupper, som der er indikationer af vender retur først til Fjordlandet, er de danske

turister, som udgør 34 pct. point flere end i 2019. Samtidig kan vi se, at udenlandske turister er på vej tilbage, men fortsat ikke på præ-corona niveauet.

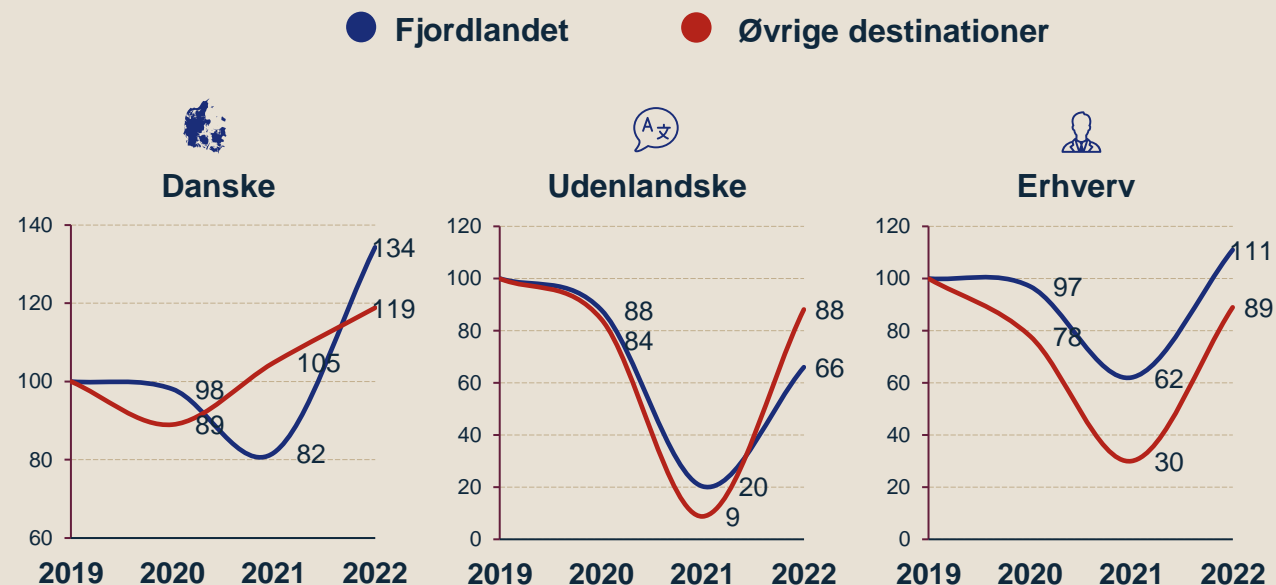
Altså er det mest sandsynligt at vi ser ind i et scenarie der ligger et sted mellem 'Op' og 'Corona'.

Corona-pandemiens påvirkning på turismen i destinationerne

Destination	Overnatninger fra '19 til '20	YTD overnatninger fra '19 til '22
Wonderful Copenhagen	-61%	-18%
VisitHerning	-38%	-28%
Destination Trekantområdet	-36%	-3%
Destination Fjordlandet	-25%	+18%
Destination Vadehavskysten	-16%	+2%
Destination Vesterhavet	-12%	+32%
Destination Nord	-12%	+9%
Aarhusregionen	-9%	+16%
Destination Sønderjylland	-8%	+30%
Destination Fyn	-8%	+7%
Destination Sjælland	-8%	-7%
VisitNordsjælland	-7%	+3%
Destination Bornholm	-5%	+70%
VisitLollandFalster	-5%	+19%
Destination Himmerland	-4%	+17%
Destination SydkystDanmark	-4%	+19%
Destination NordVestkysten	-4%	+29%
Destination Kystlandet	-3%	+15%
Destination Limfjorden	0%	+53%

Kilde: Danmarks Statistik.

Indeks over YTD overnatninger (2019 = 100)



Kilde: Danmarks Statistik.

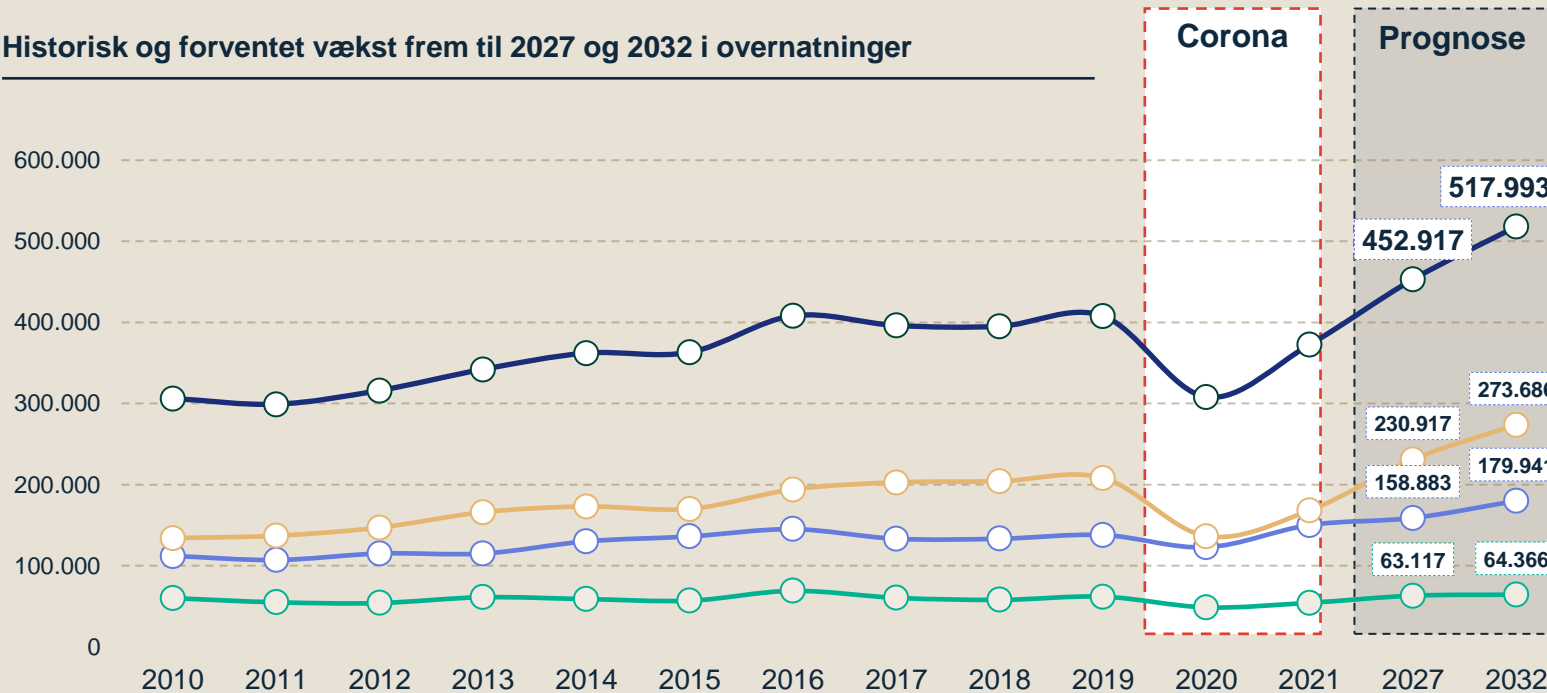
Fjordlandet har oplevet en markant vækst i turismen over det seneste årti – forventningen er at væksten fastholdes

Historisk set har hele Fjordlandet oplevet en vækst i turismeovernatninger på mere end 33 pct. svarende til mere end 100.000 over det seneste årti. I en post-corona tid er der kun tegn på at dette fortsætter, med det høje antal danskere som besøger udlandet og den fortsatte normalisering af udenlandsmarkedene.

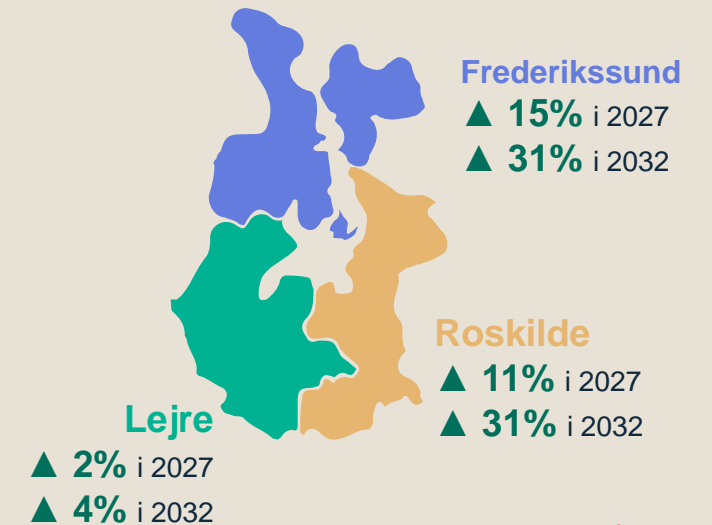
Antagelser for prognosen

- Fjordlandet fortsætter på vækstkurven fra 2010 til 2019
- I post-corona tiden kommer udlændinge lidt langsommere tilbage end Danskerne.
- Danskerne kommer i højere grad end tidligere
- Kapaciteten udvides til at håndtere de ekstra turister
- Der tages ikke højde for særlige tiltag for efterspørgslen i Fjordlandet (fx et nyt feriecenter/kongreshotel, events mv.)

Historisk og forventet vækst frem til 2027 og 2032 i overnatninger



Relativ udvikling ift. 2019-niveauet



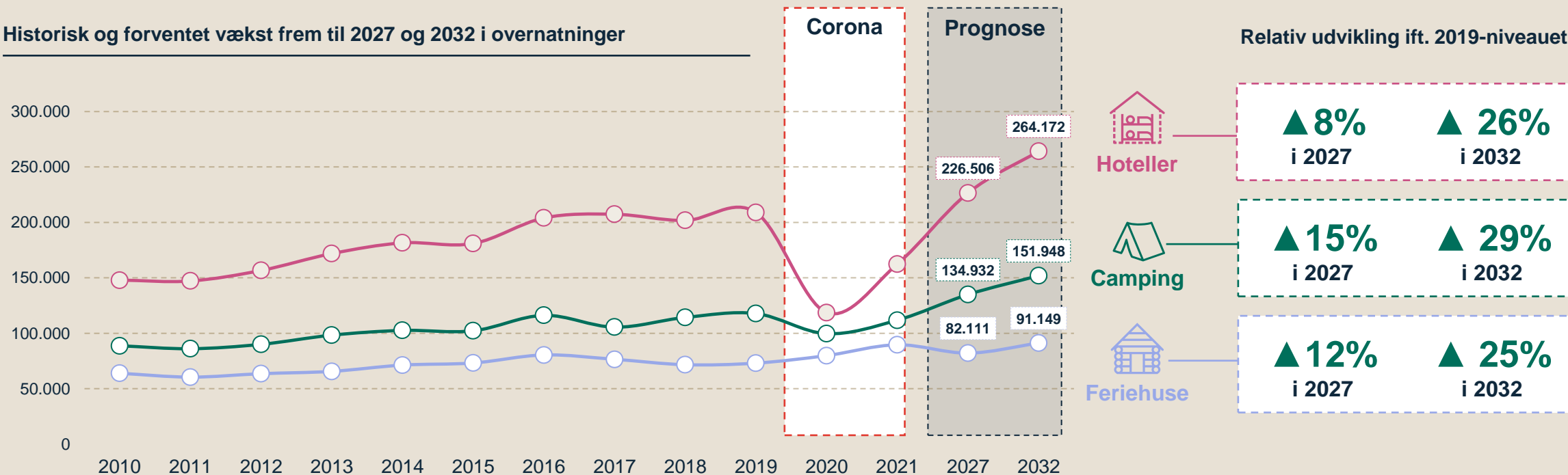
Fjordlandets kapacitet er drevet primært af hoteller, men også camping og feriehuse har et fremtidigt stort potentiale

Kapaciteten i Fjordlandet har historisk set været primært drevet af hotelturismen – særligt i Roskilde. Den historiske vækst viser at denne efterspørgsel vil fortsætte, men der er også været en betydelig vækst i campingovernatninger, hvilket indikerer et stort potentiale i fremtiden (især med flere danskere i fremtiden).

Ekstra antagelser for prognosen på overnatningsform

- Overnatningsformerne fortsætter på deres vækstkurver fra 2010 til 2019
- Kapaciteten for hver type udvides til at håndtere de ekstra turister
- Der tages ikke højde for særlige tiltag der øger efterspørgslen efter en bestemt overnatningsform

Historisk og forventet vækst frem til 2027 og 2032 i overnatninger



Note 1: Overnatningstal er fra Danmarks Statistik og baseret på registrerede kommercielle overnatninger fra overnatningssteder med mindst 40 sengepladser. Nogle af tallene er estimerede da de ikke forefindes i den offentlige overnatningsstatistik. Lystbådehavne er udeladt da de udgør ~2%.

Hvordan vækstes turismen mest bæredygtigt?

Turismens sæsonbetingede efterspørgsel skaber kronisk overkapacitet

Turisme er et sæsonbetinget erhverv. Efterspørgslen efter overnatningskapacitet er højest i ferieperioderne. For at udnytte efterspørgslen er overnatningsaktørerne derfor nødsaget til – i en vis grad - at skalere hele årets kapacitet efter højsæsonens efterspørgsel. Med andre ord er der tomme huse, værelser og pladser udenfor sommersæsonen, som bruger ressourcer og er koblet til omkostninger.

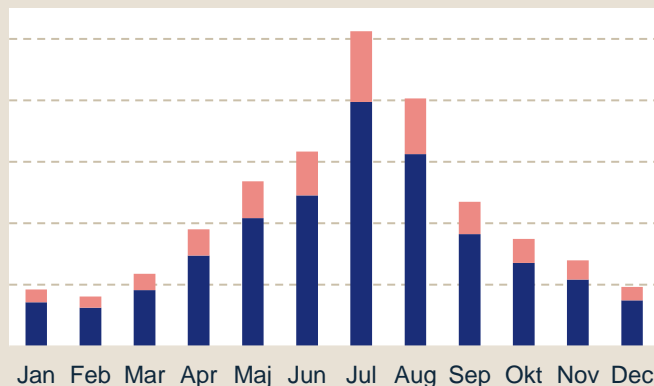
Kapacitetsudbygning eller kapacitetsudnyttelse?

De to scenarier til højre viser effekten af dels ikke gøre noget og dels effektivt at sprede turismen. **Vækstscenarie 1** resulterer i uhensigtsmæssig udbygning af kapaciteten og større månedlige udsving i aktivitet for aktørerne, som er svært at planlægge med. **Vækstscenarie 2** er hvor væksten sker udenfor højsæsonen, som resulterer i bedre udnyttelse af kapaciteten og mindre månedlige udsving.

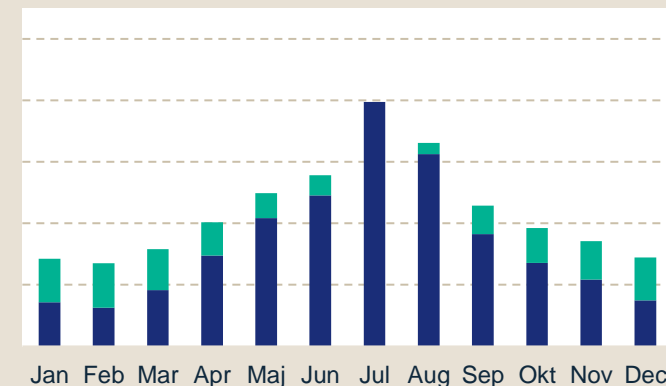
Strategisk arbejde med målgrupper og udbygning af kapacitet

Tiltrækning af målgrupper udenfor højsæsonen er en måde hvorpå der kan arbejdes med at sprede turismen. Fx kongreshoteller eller mødefaciliteter så der kommer flere forretningsrejsende, et feriecenter så der kommer flere weekendbesøg, hoteller med fokus på wellness til par.

Vækstscenarie 1: Turisterne kommer i samme perioder



Vækstscenarie 2: Der arbejdes aktivt med at sprede turismen



Vækstscenariernes indflydelse på sæsonuligheden i 2032

Scenarie	Gns. udsving i antal overnatninger fra måned til måned:	Gns. udsving i procent fra måned til måned
Niveauet i 2019	11.155	32%
Vækstscenarie 1 i 2032	14.386	32%
Vækstscenarie 2 i 2032	8.741	18%

I dybden med hoteller

Overblik over hotelkapaciteten i Fjordlandet og kommunerne

Hele Fjordlandet

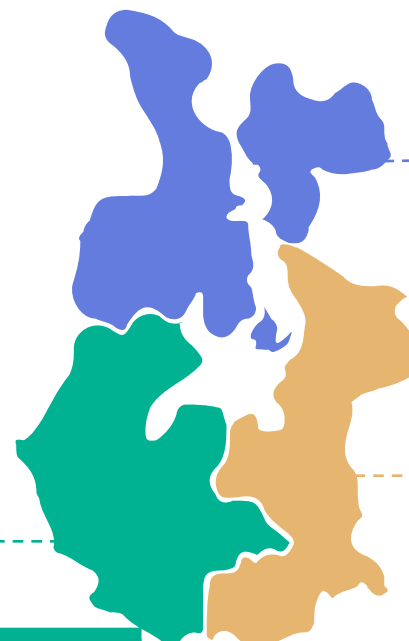


Fjordlandets 162.000 hotelovernatninger er delt over 15 hoteller (inklusive Danhostel Roskilde). Med 15 hoteller er Fjordlandet på niveau med VisitNordsjælland og overgår andre destinationer såsom Kystlandet, Vadehavskysten, Himmerland mv. Fjordlandet har altså umiddelbart flere hoteller end antallet af overnatninger typisk vil tilsige. Hotelturisme er derfor relativt stærkt i Fjordlandet.

Kapacitetsgrad beskriver hvor stor en belægningsprocent der gennemsnitligt er på hotellerne, dvs. *hvor mange værelser er lejet ud af dem der er teoretisk tilgængelige?*

Overordnet kan der ses af tallene, at der bliver kørt med en relativt høj gennemsnitkapacitet i Fjordlandet – især i Roskilde.

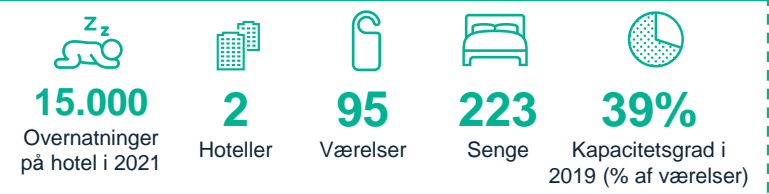
Det er også i Roskilde hvor der er flest hoteller (7) efterfulgt af Frederikssund som har 6 hoteller og sidste Lejre med 2 hoteller.



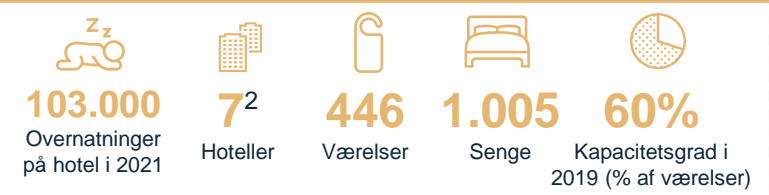
Frederikssund



Lejre



Roskilde



Note 1: Overnatningstal er fra Danmarks Statistik og baseret på registrerede overnatninger på hotel, vandrehjem og feriecenter overnatninger. Kapacitetstal fra Danmarks Statistik med tilretning af Epinion baseret på data fra aktører. Overnatningstal afrundet til nærmeste hele tusinde.

Note 2: Danhostel er et vandrerhjem, men i tallene lagt under hotel.

Hotelturismen har været en vækstdriver for turismen i Fjordlandet - og forventes også at være det fremadrettet – men den nuværende kapacitet bliver presset

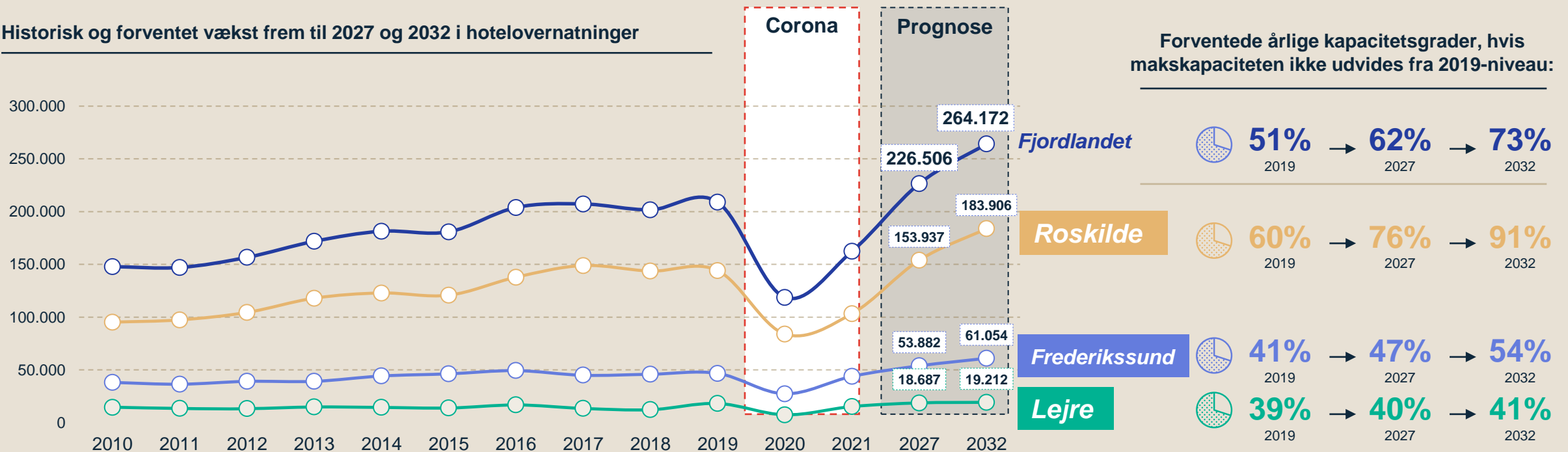
Over det seneste årti har hotelovernatningerne vækset fra omtrent 150.000 i 2010 til mere end 200.000 i 2019. Denne vækst forventes at fortsætte, så snart de udenlandske turister vender retur til Fjordlandet. Den forventede stigning vil resultere i at kapaciteten vil blive presset - særligt i Roskilde.

Bemærk at hotelturismen afhænger i høj grad af udenlandske turisternes tilbagevenden, og derfor er der en usikkerhed forbundet med prognosen.

Ekstra antagelser for prognosen på overnatningsform

- Overnatningsformerne fortsætter på deres vækstkurver fra 2010 til 2019
- Kapaciteten for hver type udvides til at håndtere de ekstra turister
- Der tages ikke højde for særlige tiltag der øger efterspørgslen efter en bestemt overnatningsform

Historisk og forventet vækst frem til 2027 og 2032 i hotelovernatninger



Hotelkapaciteten er blevet udvidet i Fjordlandet over de seneste fem år – senest i Frederikssund i 2020

Hotelkapaciteten i Fjordlandet, målt i hotelværelser, er steget fra 731 i 2017 til 818 i 2021. Stigningen i hotelværelser er sket på tværs af alle tre kommuner – i Roskilde fra 420 til 446, i Frederikssund fra 242 til 277 og i Lejre fra 69 til 95.

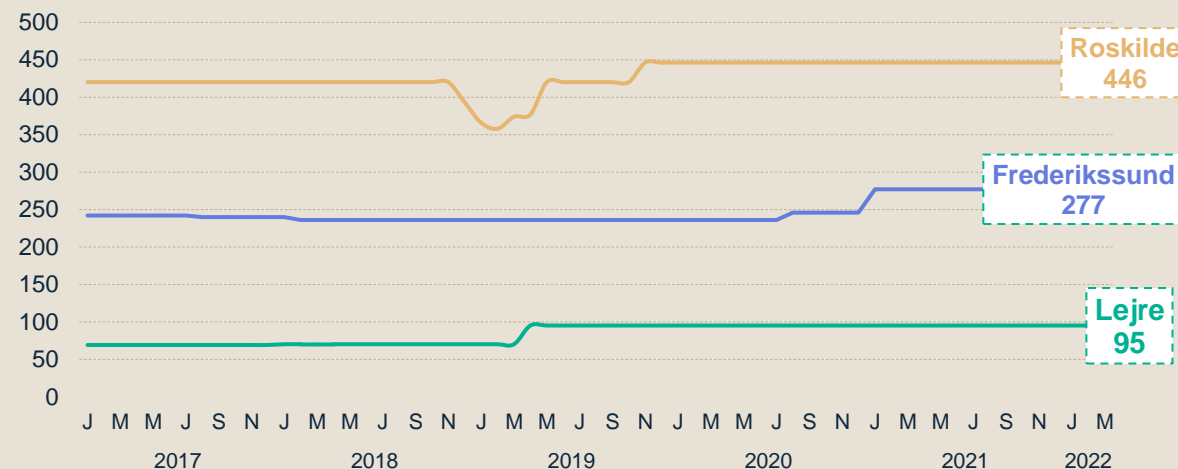
Værelserne har også oplevet en relativt høj belastning, hvor der, især i højsæsonen, kapaciteten har været presset. Bemærk at Kapacitetsgraderne er gennemsnitlige og taget udgangspunkt i den teoretiske makskapacitet – derfor er måneder over 50 pct. kapacitetsudnyttelse betegnet som belastede måneder i grafen nedenfor.



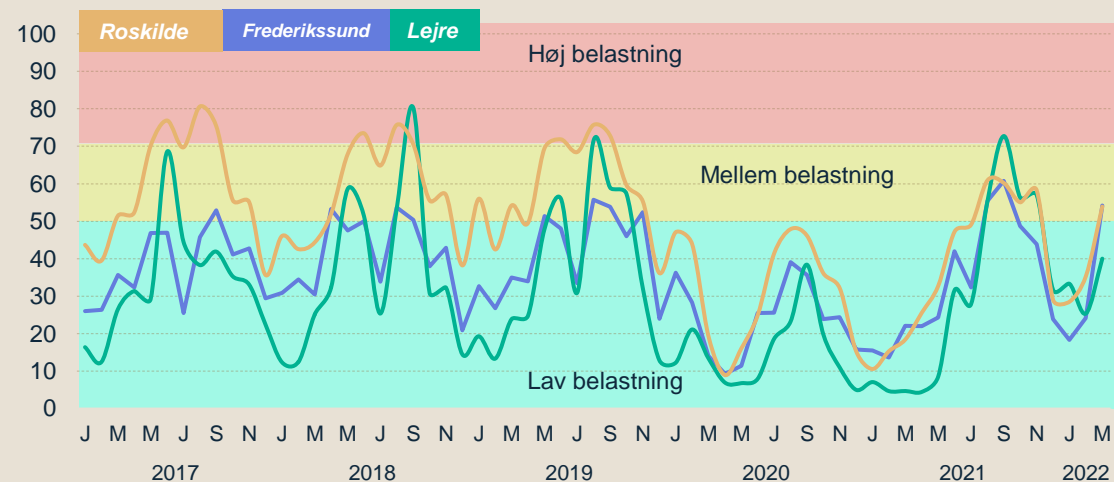
Forslag: Afsøg muligheden for at udbygge hotelkapaciteten i de mindre byer

Flere interviewpersoner foreslår, at der arbejdes videre med at afsøge muligheden for at udbygge hotelkapaciteten i de mindre byer fx i tilknytning til eksisterende tilbud eller ved at udnytte omdannelses muligheder for eksisterende bygningsmasse.

Udviklingen i kapacitet målt i hotelværelser på tværs af kommunerne



Kapacitetsgader i % af værelser over tid på tværs af kommunerne



I dybden med hoteller

Fjordlandets hoteller kommer under belastning i fremtiden, hvis ikke kapaciteten udvides eller udnyttes bedre

Hotellkapaciteten i Fjordlandet var i 2019 allerede under belastning og hvis den forventede vækst fortsætter, så kommer det til at knibe med kapaciteten – især i sommerhalvåret. Derfor er der her også et stort potentiale i arbejde med målgrupper udenfor højsæsonen, fx forretningsrejsende.

Bemærk at der i 2020 er der sket nogen udvidelse i kapaciteten (jf. forrige side).



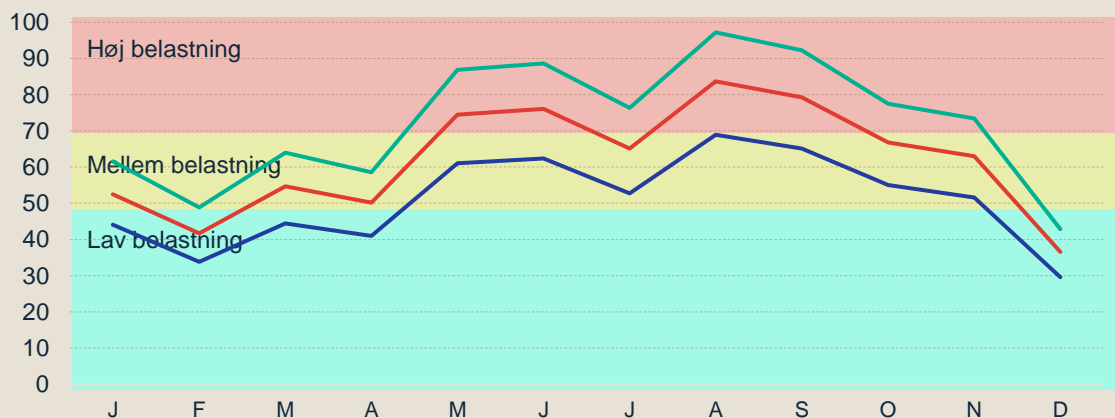
Forslag: Afsøg muligheden for et hotel i tilknytning til kongrescenteret i Roskilde

Flere interviewpersoner foreslår, at der arbejdes videre med at afsøge muligheden for et nyt hotel i tilknytning til kongrescenteret i Roskilde. Tesen er, at et stærkere overnatningsprodukt skabe nye muligheder for øget turisme knyttet til fx konferencer og kongresser, hvor Roskilde i dag fravælges på grund af manglende overnatning.

Scenarier for hotellkapacitetens udvikling i fremtiden

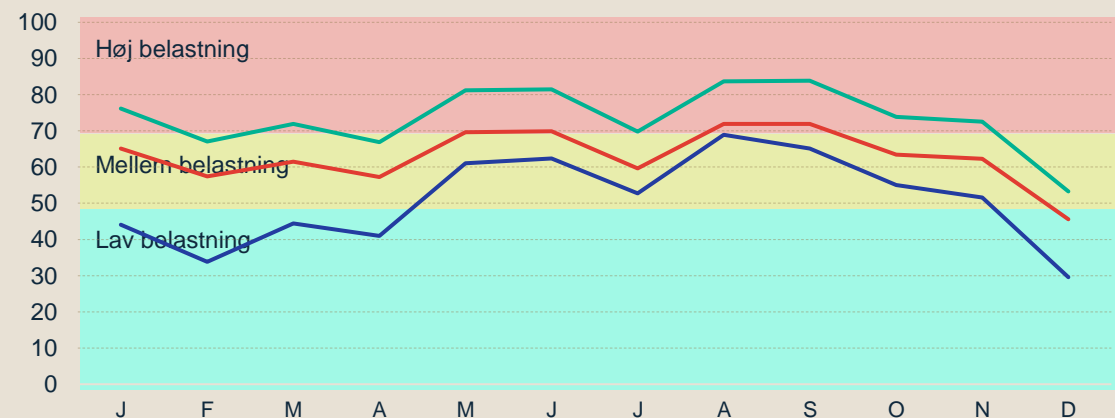
Vækstscenarie 1: Turisterne kommer i samme perioder

— 2019 — 2027 (prognose) — 2032 (prognose)



Vækstscenarie 2: Der arbejdes aktivt med at sprede turismen

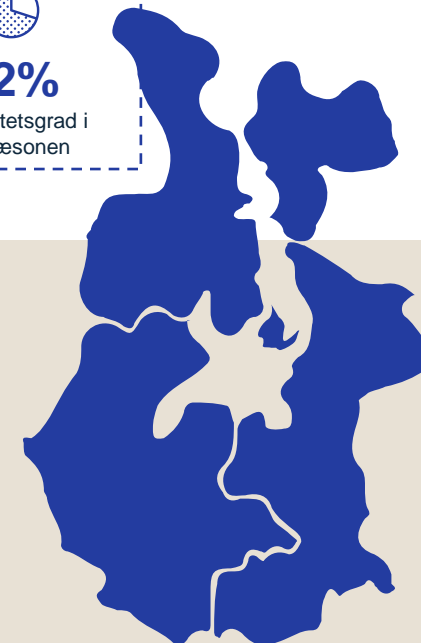
— 2019 — 2027 (prognose) — 2032 (prognose)



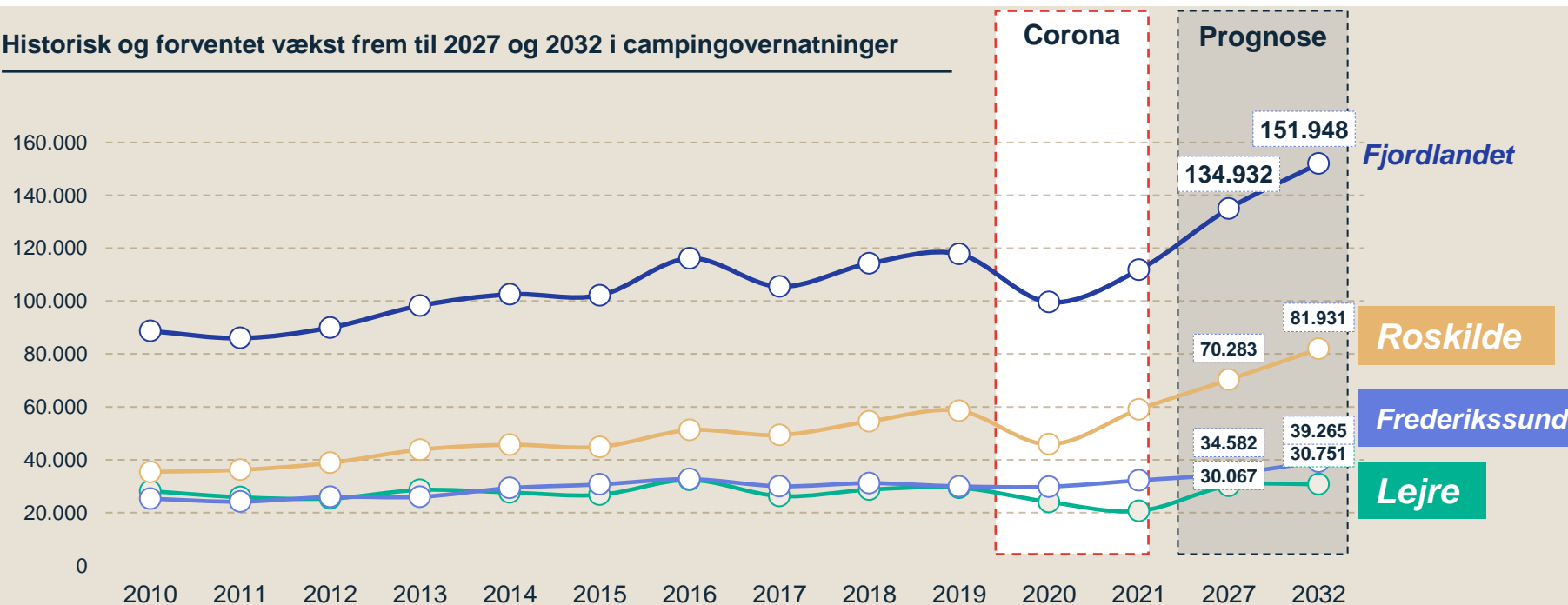
Campingturismen i Fjordlandet

Campingturismen udgør en stor del (30 pct.) af Fjordlandets overnatninger, men det er spredt over kun fem campingpladser og 1.300 campingenheder. Altså cirka 85 overnatninger om året for hver campingenhed. Med andre ord er en stor del campingovernatninger foretaget af faste standlejere. Dette reflekteres også i kapacitetsgraden, som i højsæsonen i gennemsnit er på 72 procent, men hvor de ledige enheder primært pladser uden strøm på Roskilde Camping.

Over det seneste årti er der sker en kraftig vækst i antallet af campingovernatninger, og derfor viser prognoserne også at denne vækst fortsætter i fremtiden.



Historisk og forventet vækst frem til 2027 og 2032 i campingovernatninger



Note 1: Overnatningstal er fra Danmarks statistik og dækker kun campingpladser med mindst 75 enheder. Tallene er forbundet med en usikkerhed, da overnatninger ofte er et skøn – især for faste standlejere som står for en meget stor del af overnatningerne.

Note 2: Enheder og kapacitetsgraden i højsæsonen er indhentet direkte fra campingpladserne.

Der bliver behov for at øge campingkapaciteten i Fjordlandet

Der er efterspørgsel efter camping i Fjordlandet, men få campingpladser

Over det seneste årti har Fjordlandet oplevet en vækst i campingovernatninger fra omtrent 86.000 i 2011 til 118.000, som er primært drevet af Roskilde og i mindre grad af Frederikssund. Væksten viser at der er en fortsat efterspørgsel efter campingmuligheder i Fjordlandet – en vækst som er svær at realisere indenfor de nuværende campingmuligheder. Der er relativt få campingpladser i Fjordlandet, og flere af campingpladserne der er, oplever fuld belægning i højsæsonen.

Udvidelse af campingkapaciteten og opgradering af campingenhederne

Hvis efterspørgslen efter camping skal realiseres, kræver det en udvidelse og opgradering af campingmulighederne i Fjordlandet. Camping indbefatter mange forskellige typer af overnatningsformer. Campingenheder er både telte, campingvogne, autocampere, mobilehomes og campinghytter. Hertil kommer øvrige karakteristika ved pladserne, fx med/uden strøm, tæt på toiletfaciliteter, fastliggende pladser mv.

Det mest nærliggende at udnytte den nuværende kapacitet ved at opgradere, fx at koble strøm pladser uden strøm, nemmere adgang til faciliteter mv. En mulighed er også at åbne op for nogle enheder i vintersæsonen – fx isolerede campinghytter.

Hvis væksten ønskes at blive realiseret kræver det herudover også en udvidelse af kapaciteten. Dette kunne fx være at udvide områderne for de eksisterende campingpladser eller give tilladelser til at nogle af de mindre aktører kan udvide deres udbud.

Alternativt skal der afsøges mulighederne for at anlægge nye campingpladser, og tiltrække de nødvendige investeringer.



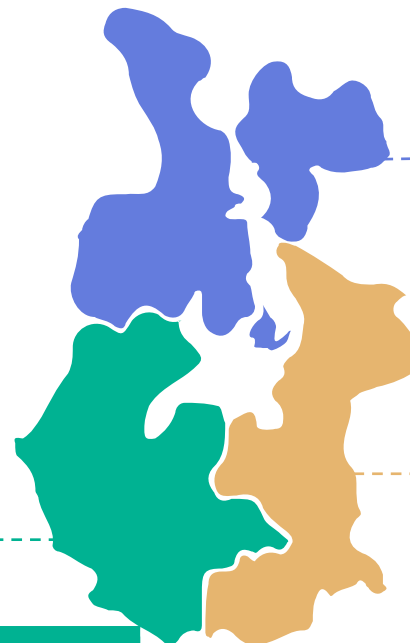
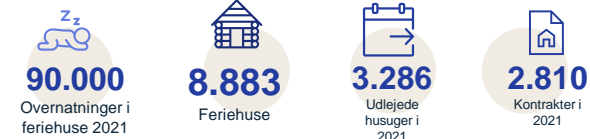
I dybden med feriehuse

Overblik over feriehuskapaciteten i Fjordlandet og kommunerne

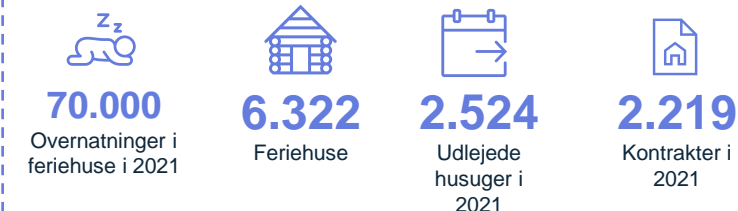
I Fjordlandet er der 8.883 feriehuse som bidrog med 3.266 kommercielt udlejede husuger i 2021 og samlet set 90.000 overnatninger. Frederikssund er markant det største feriehusområde i Fjordlandet med 70.000 overnatninger, som er efterfulgt af Lejre med 18.000 overnatninger. Der er ikke nogle opdaterede tal for mange af feriehuse der bliver udlejet i Fjordlandet, men i 2018 viste en analyse af Danmarks Statistik³ at der var tale om 36 feriehuse i Lejre og 97 i Frederikssund svarende til en kapacitetsudnyttelse på ~1,5 pct. af feriehusbestanden i Fjordlandet. Baseret på de tal, er der et kæmpe kapacitetspotentiale i at udleje feriehuse, da hvert hus bidrager med 5-700 overnatninger om året.

Bemærk at de viste tal er baseret på registrerede overnatninger fra udlejningsbureauer. En analyse fra Destination Sjælland viser at 59% af dem deres feriehusejere der udlejer, gør det via AirBnB. Hvis nogenlunde samme tendens gør sig gældende i Fjordlandet, er der et betydeligt skyggetal.

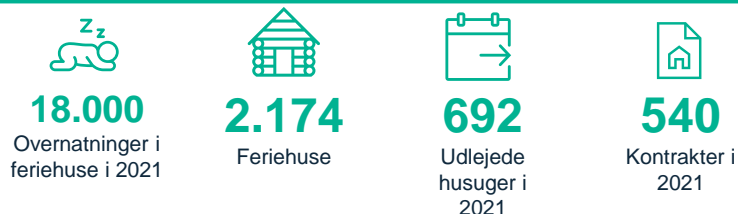
Hele Fjordlandet



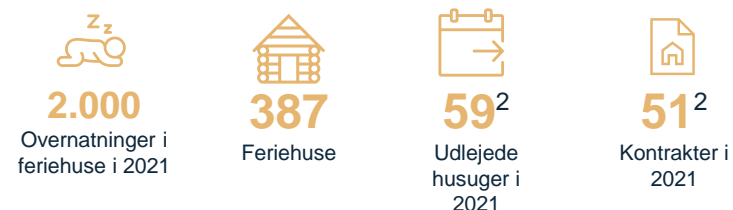
Frederikssund



Lejre



Roskilde



Note 1: Tal for feriehusudlejning og overnatninger er fra Danmarks Statistik, og dækker kun udlejning gennem bureauer med mindst 25 huse til udlejning. Overnatningstal afrundet til nærmeste tusinde.

Note 2: Kontrakter og udlejede husuger er i Roskilde estimerede på baggrund af overnatninger.

Note 3: Sommerhuse i Danmark, Danmarks Statistik, Udgivet: 11. december 2018

Note 4: Feriehusanalyse 2021, for Destination Sjælland af Epinion. Kan findes her: <https://destinationsjaelland.dk/om-destination-sjaelland/partnerportal/viden-og-analyser/>

Feriehusovernatningerne oplevede et boost i corona-perioden, men der forventes en mindre normalisering efterfulgt af organisk vækst

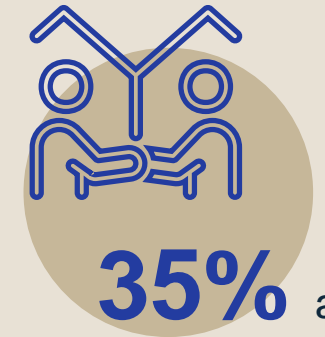
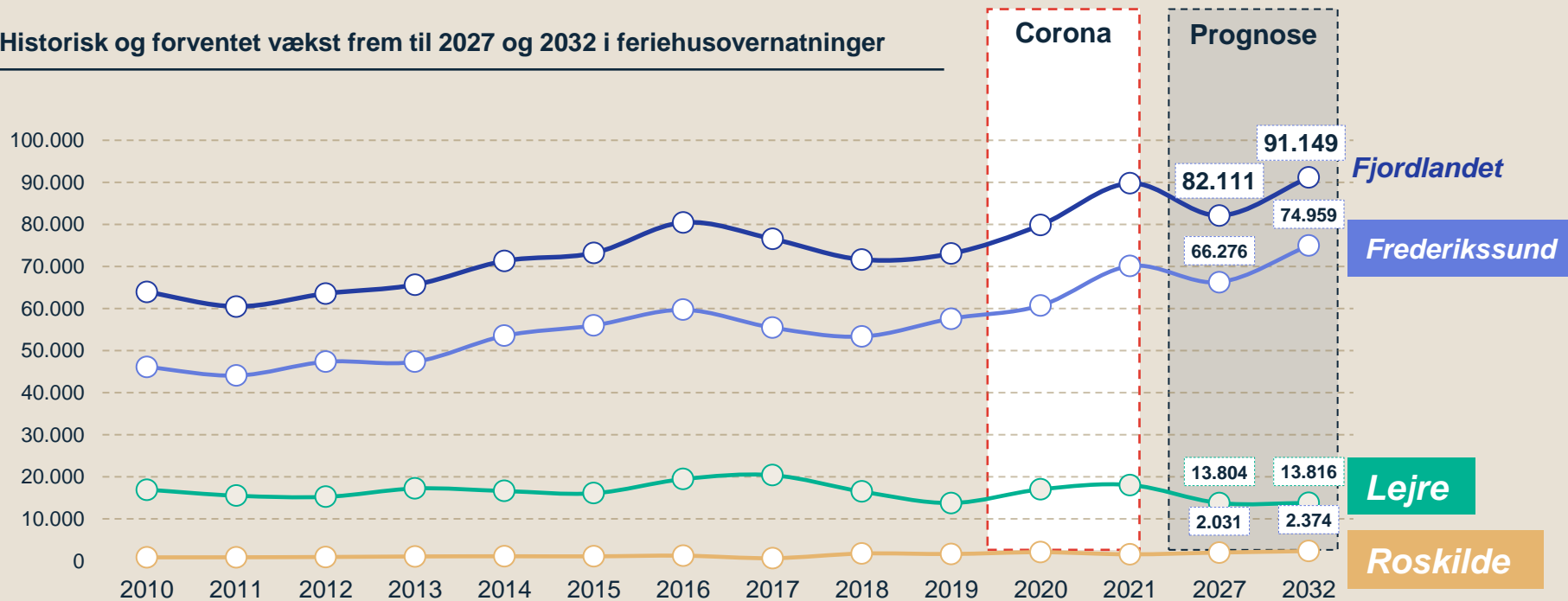
Corona skabte en stor efterspørgsel efter feriehuse i Danmark. Dette kom også Fjordlandet til gode, der oplevede en relativt stor vækst i især Frederikssund. Perioden op til corona havde set en faldende/stagnerende vækst i overnatningerne, men over længere tid ser vi en generel stigning. Forventningen er at der sker et tilbagefald til normalen i de første år efter corona-perioden, men at væksten herefter tager fat igen.

Bemærk at prognosen er behæftet med en vis usikkerhed.

Ekstra antagelser for prognosen på overnatningsform

- Overnatningsformerne fortsætter på deres vækstkurver fra 2010 til 2019
- Kapaciteten for hver type udvides til at håndtere de ekstra turister
- Der tages ikke højde for særlige tiltag der øger efterspørgslen efter en bestemt overnatningsform

Historisk og forventet vækst frem til 2027 og 2032 i feriehuseovernatninger



35% af overnatninger i feriehuse i Fjordlandet foregår juli-august

Note 1: Tal for feriehuseudlejning og overnatninger dækker kun udlejning gennem bureauer med mindst 25 huse til udlejning.

Note 2: Bemærk at der er usikkerhed forbundet med overnatningstallene for feriehuse på kommuneniveau, da de er baseret på skønsmæssige indberetninger og fordelt efter inddelingsnøgler.

Stor uudnyttet kapacitet i destinationens feriehuse

Få feriehusejere i Fjordlandet udlejer i dag deres feriehus

Under to procent af feriehusejerne udlejer i dag deres feriehus via bureauer og selv hvis man antager, at samme andel udlejer privat, via AirBnB mv. så er der ingen tvivl om, at husenes kapacitet lang fra udnyttes. Selv når vi indregner ejernes eget brug af huset, ved vi fra tidligere analyser i bl.a. Nordsjælland og Odsherred, at husene typisk står tomme ca. 300 dage om året¹. Det er ikke urimeligt at antage, at lignende tal vil gælde for Fjordlandet.

Vi estimerer en teoretisk uudnyttet kapacitet på næsten 10 mio. overnatninger

Lægges de 300 dage til grund sammen med en antagelse om fire personovernatninger pr. hus udregnes en samlet teoretisk, uudnyttet kapacitet på næste 10 mio. overnatninger jf. illustrationen til højre.

Blot et lille stigning i udnyttelsen af den eksisterende kapacitet vil skabe mange flere kommercielle overnatninger

Sammenlignet med de ca. 90.000 kommercielle, registrerede overnatninger i dag, er der således ingen tvivl om, at der er et stort potentiale for at skabe flere overnatninger blot ved at udnytte den eksisterende kapacitet bedre – frem for fx at udlægge nye områder. Især hvis der regnes med en vækst i størrelsesordenen 10-20.000 overnatninger, som fremskrivninger indikerer.

Udfordringen er den sæsonbetingede efterspørgsel

Denne kapacitet er naturligvis meget teoretisk, da mange huse fx ikke vil være egnede til udlejning eller helårsbrug ligesom at efterspørgslen efter lejehuse ofte vil falde sammen med ejernes eget ønske om at bruge huset. Men igen er kapacitetsudnyttelsen så lav, at det bør være realistisk at rumme den forventede vækst.

Teoretisk kapacitet

Frederikssund



6.322

Feriehuse

Ved en antagelse om fire personer pr. hus og 300 ledige dage er den teoretiske, ledige kapacitet:

7. mio.

Overnatninger

Lejre



2.174

Feriehuse

Ved en antagelse om fire personer pr. hus og 300 ledige dage er den teoretiske, ledige kapacitet:

2,5 mio.

Overnatninger

Er flere kommercielle overnatninger målet med feriehusene?

Ejernes eget brug af feriehusene er ikke synlig i overnatningsstatistikken

Når der alene ses på overnatningsstatistikken bliver ejernes eget brug af huset usynlig. De udgør imidlertid en vigtig gruppe, der både bidrager økonomisk til området og – for nogles vedkommende – engagerer sig lokalt.

Vi estimerer at ejerne skaber ca. 2 mio. overnatninger i Fjordlandet

Igen har vi ikke præcise tal fra Fjordlandet, men lægger vi til grund, at ejerne i gennemsnit bruger husene 65 dage om året og er fire personer i gennemsnit, estimeres samlet ca. 2 mio. overnatninger – altså mange gange højere end det samlede antal kommercielle overnatninger både i feriehusene og på tværs af overnatningssteder.

Afvejning om målet alene er flere kommercielle overnatninger – eller om det skal gå hånd i hånd med fokus på at øge ejernes brug og forbrug

Fokus på at øge udlejninger skal derfor ske i sammenhæng med fokus på ejernes eget brug af huset, og det kan være en prioriteret indsats også at arbejde med at øge deres brug af huset og forbrug lokalt, hvilket ikke er ubetydeligt omfanget taget i betragtning.

Der kan arbejdes med barriererne for udlejning

Igen er det ikke undersøgt specifikt for Fjordlandet, men vi ved fra flere andre analyser¹, at nogle af de vigtigste er at 1) Det opfattes som besværligt 2) Det begrænser mulighed for egen brug og indretning 3) Det slider for meget på huset. Der er således muligt at arbejde målrettet med at oplyse om fleksible muligheder, nye platforme mv. for på den måde at påvirke flere til at udleje.

Ejernes eget brug af feriehusene

Frederikssund



6.322

Feriehuse

Ved en antagelse om fire personer pr. hus og 65 brugsdag om året skaber ejerne i alt (ud over de kommercielle, registrerede):

1,5 mio.

Overnatninger

Lejre



2.174

Feriehuse

Ved en antagelse om fire personer pr. hus og 65 brugsdag om året skaber ejerne i alt (ud over de kommercielle, registrerede):

500.000

Overnatninger

De alternative overnatningsformer er vigtige, men har samlet en lille kapacitet

Fjordlandet har mange mindre overnatningssteder

Fjordlandet har ud over sine mange hoteller, de fem campingpladser og feriehusene til udledning men række mindre overnatningssteder (se tabellen til højre). Der er eksempelvis 35 mindre B&B's, 15 lystbådehavne, hvor mange lystsejlere overnatter og et betydeligt antal shelters og teltpladser. Omfanget af privatudlejning via fx airbnb og overnatninger hos familie og venter kendes ikke.

Mindre betydning i det samlede kapacitetsbillede, men vigtige oplevelsesaktører

Selvom der således findes en række mindre steder, så er der samlede kapacitet minimal i den totale billede. Vi estimerer ca. 8000 B&B overnatninger og ca. 8000 overnatninger i lystbådehavne.

Frem for noget, som for alvor kan rykke kapaciteten, så er dog interessante at den grund, at de mindre overnatningssteder enten kan være en oplevelse (og reason to go) i sig selv, som fx bondegårdsferien eller de kan etableres i tæt sammenhæng med oplevelsen som fx et glamping-tilbud i tilknytning til en naturoplevelse. Selvom de således ikke for alvor kan flytte kapaciteten, så kan der være bredere turismeudviklingsgrunde til at understøtte deres udvikling.

Det kan fx ske ved at tænke overnatningselementet mere ind i turisme- og områdeudviklingsprojekter – også i mindre skala.

Kommunerne har en vigtig rolle

Kommunerne kan her spille en rolle ved både at inspirere og understøtte udviklingen af overnatningskapacitet blandt de mindre aktører, der ofte er meget små virksomheder (eller private) med begrænset kendskab til de komplekse regler på området.

Overnatningsform	Antal / Omfang
B&B	35 (~8.000 overnatninger ¹)
Lystbådehavne	15 (~8.000 overnatninger ²)
Shelters og teltpladser	40
Alternativ overnatning (pop-up, glamping, bondegårdferie mv.)	6
Udlejning via AirBnB	(~8.500 overnatninger i 2019 ³)
Overnatninger ved venner og familie	Kendes ikke
Roskilde Festival	~130.000+ gæster (320.000 overnatninger?)



Forslag: Klæd de små overnatningsaktører bedre på ift. muligheden for at udbygge og udvide

De mindre overnatningssteder kan opleve regler og muligheder som komplekse og kommunen kan understøtte dem ift. at navigere. En af de interviewede aktører oplever, at kommunen har begrænset viden om reglerne. En mulighed kan være at skabe mere samarbejde på tværs af kommunernes forvaltninger på området.

Note 1: Estimat ud fra surveydata med aktører.

Note 2: Overnatningstal fra Danmarks Statistik. Tallene for Lystbådehavne er behæftet med usikkerhed, da kun få havne indberetter overnatninger og resten ekstrapoleres.

Note 3: Estimat baseret på tal for Region Sjælland og fordelt til Fjordlandet via overnatningsstatistikens fordeling. Tallet for Sjælland er opgjort i Eurostat's eksperimentelle udgivelse *Collaborative-economy-platforms*

Flere peger på et feriecenter som et oplagt boost af kapaciteten og udvidelse af sæsonen

Der er ikke et decideret feriecenter i Fjordlandet i dag

En overnatningsform, som slet ikke findes i Fjordlandet i dag, er et feriecenter. Som illustreret i definitionen til højre er et feriecenter kendetegnet ved at bestå af et større antal enheder, der opføres samlet, hvilket giver betydelig kapacitet, samtidig med at de iboende oplevelseselementer potentielt kan sikre, at centreret i sig selv kan være reason-to-go også uden for den typiske højsæson.

Flere peger på, at et feriecenter som enkeltinitiativ vil kunne give et substantielt boost til kapaciteten

Flere interviewpersoner peger på et feriecenter som en oplagt mulighed at arbejde videre med og undersøge nærmere.

I modsætning til de mindre overnatningssteder har et feriecenter en stor kapacitet og kan derfor potentielt booste antallet af overnatninger ganske meget, da det både øger kapaciteten i højsæsonen og potentielt kan tiltrække gæster året rundt.

De interviewede eksperter afviser ikke, at der kunne findes investorer

Det kræver naturligvis et stort forberedende arbejde, hvis et sådan center skal etableres, der går videre end denne analyse kan. Men vurderingen fra flere interviewpersoner er, at der er mulighed for at finde investorer.



"Et feriecenter er et overnatningssted, der tilbyder en ferieform, der kombinerer elementer fra den traditionelle danske sommerhusferie med aktivitetsmuligheder for hele familien. Et typisk feriecenter består af en samling ferielejligheder (eller feriehuse, red.), der danner rammen om familiens ophold på feriecenteret, samt en række fælles faciliteter, hvor der tilbydes en bred vifte af aktiviteter.

På de fleste feriecentre er det muligt at booke ophold på ugebasis, samt at holde korte miniferier og weekendophold. Booking af ophold på de danske feriecentre foregår for en stor dels vedkommende over internettet, hvor der findes portaler, der har specialiseret sig i online booking af ophold på feriecentre.

Kilde: Wikipedia.org

Epinion Aarhus

Mariane Thomsens Gade 4
8000 Aarhus C
Danmark
T: +45 87 30 95 00
E: aarhus@epiniongloabal.com
www.epiniongloabal.com

Epinion København

Ryesgade 3F
2200 København N
Danmark
T: +45 87 30 95 00
E: copenhagen@epiniongloabal.com
www.epiniongloabal.com