

Turismens betydning

Turisme er et af de få erhverv, som har en meget væsentlig indflydelse på både andre virksomheder, turister og lokalbefolkningen på samme tid.

Hvis man forestiller sig, at der etableres en attraktion i den nordlige del af Sjælland, som trækker turister til, så giver det omsætning i overnatningsvirksomheder, restauranter og detailhandel mv. Men det giver også en efterspørgsel efter andre produkter og oplevelser i nærområdet det værende sig f.eks. teatre, museer etc. Hvis attraktionen er væsentlig, så kan den i sig selv være årsagen til at turisterne kommer.

Det betyder at lokalbefolkningen og sommerhusejerne får et større udbud af butikker, restauranter og kulturtilbud end, hvis den store attraktion ikke var kommet til området. De øvrige turister får samme gevinst nemlig et mere varieret udbud af muligheder på deres ferie. Det kan igen føre til flere gæster, der bliver længere som så er med til at igangsætte en positiv spiral¹.

Dette har meget stor betydning for jobskabelsen i Danmark.

Næsten 60 procent af de arbejdspladser, der bliver skabt på grund af turismeomsætningen, er i andre erhverv end de klassiske turismebrancher. For turisterne skaber også længere køer i detailhandlen og mere travlhed på de danske byggepladser. Når Nykøbing Sjælland har et rigt udbud af supermarkeder og anden detailhandel, så skyldes det primært de mange sommerhuse i området, som genererer mange overnatninger og forbrug i lokalområdet. Turismen omsætter for mere end 160 mia.kr. og flere end 145.000 er beskæftiget pga. turismen i Danmark.

Se note på side 3. Elementer herfra kan evt. indsættes her.

Turisme er i Danmark meget sæsonafhængig og særligt når man kommer udenfor de store byer vil sæsonen typisk være på ca. 100 dage + helligdage og weekender. I rigtig mange tilfælde giver det en ganske væsentlig udfordring i at få opbygget en bæredygtig forretning på en meget kort sæson, men også at tiltrække og fastholde kompetente medarbejdere.

Derfor har der i mange år være diskuteret, hvordan man kunne forlænge sæsonen eller skabe helårsturisme. Indtil videre har det været en meget svær øvelse medmindre man er et stort badeland med mange overnatningsfaciliteter. En del af attraktionerne har været succesfulde med at udnytte højtider som jul og halloween til at have flere sæsoner, som kan betale for den store investering, som ligger i bygninger og forlystelser og til at fastholde kompetente medarbejdere. I mindre målestok har julemarkeder og den voksende interesse for outdoor aktiviteter kunne skabe liv udenfor sæson og udenfor de større byer. To eksempler på succesfuld transformation af turistområder i Danmark er Cold Hawaii ved Klitmøller og Hundested Havn/Lynæs, som begge er blevet store destinationer og et "reason to go" indenfor de seneste år.

¹ Det mest ekstreme tilfælde på en sådan positiv spiral er Orlando i Florida, som oprindeligt var en lidt søvnig by, som ikke lå ud til vandet og i et i en turismemæssig sammenhæng uinteressant område. I 1971 blev Disney World etableret i Orlando, hvilket igangsatte en kaskade af investeringer i området. I dag tiltrækker Orlando omkring 75 mio. turister (til sammenligning har Frankrig, som er verdens største turistland, ca. 80 mio internationale turister) og huser 5 af de største forlystelsesparker i verden og har en massiv erhvervsturisme primært drevet af messer.

Turismen har særlig stor betydning i yderområderne i Danmark, hvor mange industriarbejdspladser er forsvundet, og hvor en relativ stor del af befolkningen er ufaglærte. Turismen er stedbundet og er typisk aftager af netop ufaglært arbejdskraft, hvorfor en succesfuld udvikling af turismen kan være med til at holde samfundene udenfor de store byer i gang.

Der er altså ingen tvivl om turismens betydning for dansk økonomi og særligt for områderne udenfor de store byer, men samtidig er det klart, at turismen på samme tid er udfordret af den korte sæson, som i mindre grad tilskynder til investeringer og nyudvikling af turismeproduktet. At forlænge sæsonen for turismevirksomheder, detailhandel mv. er et strategisk greb, der bidrager til at øger hele samfundets sammenhængskraft og virksomhedernes økonomiske bæredygtighed.

Situationen i Odsherred / Rørvig

Odsherred er Danmarks største sommerhus kommune med flere end 24.000 sommerhuse, hvilket er næsten 10.000 flere end nummer to på listen - Gribskov. De mange sommerhuse er med til at holde gang i lokalmiljøerne i Odsherred kommune og samtidig sikre indkomst til kommunens mange håndværksvirksomheder. Modsat vestkysten, så udlejes der ganske få sommerhuse i Odsherred, hvilket betyder en lavere udnyttelse af sommerhusene og en lavere omsætning per gæst. Det skyldes i høj grad, at sommerhusene er købt af københavnere, som primært ønsker sommerhuset til eget og familiens brug. Den manglende udlejning udfordrer potentialet for helårsturisme i Odsherred og mindsker potentialet for at forlænge sæsonen væsentligt.

Helt grundlæggende står Odsherred Kommune overfor tre væsentlige udfordringer: 1. for få større kommercielle overnatningssteder, 2. for få attraktioner og 3. for få og for dårlige spisesteder.

I den senere tid er udviklingen af flere større overnatningssteder blevet påbegyndt både i forbindelse med Sommerland Sjælland og Nordicland , ved Anneberg Kulturpark og senest ferieboliger ved det gamle røgeri på Sj. Odde og udvikling af et badehotel ved Skamlebæk Radiostation. I forhold til gastronomien er udbuddet blevet væsentligt forbedret på alle niveauer bla. med fyrtårne som Mota med lillesøsteren ERBA og Dragsholm Slot. Tilbage står et stort behov for væsentlige attraktioner, som kan være en selvstændig grund til at besøge Odsherred både i og udenfor sæson.

Rørvig er et af de områder i Odsherred med det største potentiale, men på trods af potentiale har byen og havnen udviklingsmæssigt stået stille i mange år. Det har for 2025 sæsonen betydet, at en væsentlig del af byens spisesteder og butikker er sat til salg og samtidig er byens supermarked kraftigt udfordret. Men der er også positive tiltag som en ny Spar på Rørvigvej, Street Food, revitalisering af Lyngkroen, Tapas Baren og åbningen af Louie & Venner. Helt grundlæggende har byens restauranter og butikker svært ved at få en kommerciel drift til at fungere og danne basis for en helårsindtægt for ejerne særligt på grund af en kort sæson og for lavt gennemsnitsforbrug per gæst. Den udvikling som Hundested har gennemlevet særligt omkring havnen og Lynæs er ikke slået igennem i Rørvig og det udgør en væsentlig risiko i forhold til hvor attraktivt området bliver i fremtiden. Man kan kort sige at der er potentiale for en positiv spiral, men også en væsentlig risiko for en negativ spiral, som i særlig høj grad vil ramme de lokale beboere og sommerhusejerne i Rørvig. Sommerhusgæsterne kan have forskellige præferencer i forhold

til udbud af både spisesteder og attraktioner, men for de lokale står livsgrundlag og fremtidig bosætning på spil. En væsentlig pointe i denne sammenhæng er, at stilstand i turisme er lig med langsom afvikling².

Liv skaber stemning og livsglæde

Attraktioner er særligt vigtige for turismeområder, da de udgør en selvstændig "reason to go", særligt når det kommer til børnefamilier, hvor behovet for et tilbud til hele familien er vigtige. Det står ikke i modstrid til andre ønsker som strand og natur, men realiteten er at smukke naturområder bliver besøgt langt mindre, hvis der ikke samtidig er et tilbud, som matcher de forskellige behov i en familie. Derfor går gastronomi, kultur, natur, detailhandel, overnatning og attraktioner hånd i hånd, når der skal skabes en attraktiv destination. Og så gavner mere aktivitet alle, særligt hvis man kan sprede gæsterne og trafikken over flere forskellige tilbud på dagen, ugen og året.

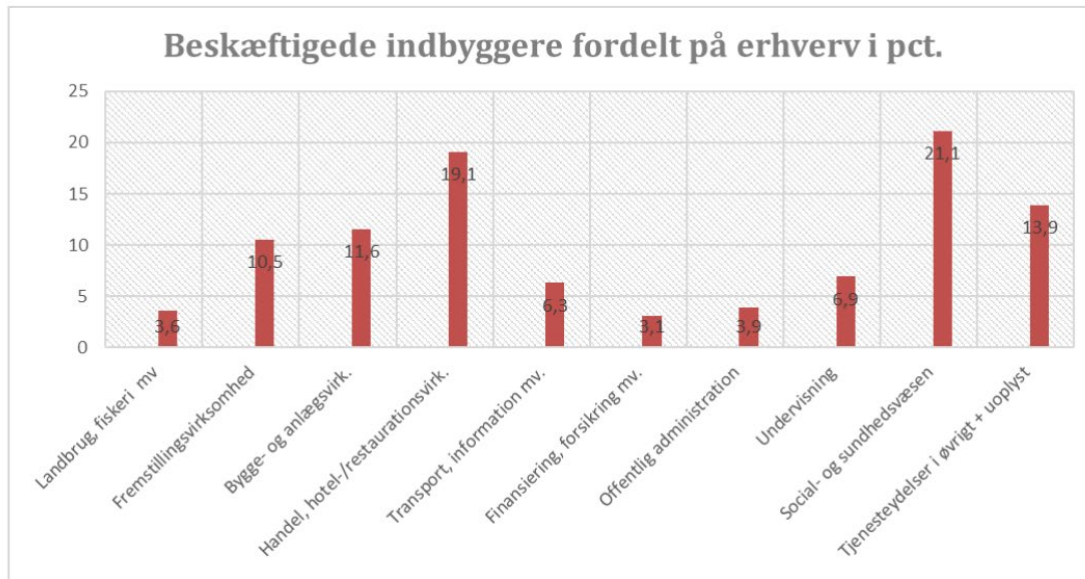
Udviklingsplan for Sjælland og øerne (turisme)

Udviklingsplanen for Sjælland og øerne er vedtaget af de 17 kommuner i region Sjælland og rummer en række anbefalinger, som er relevante for dette projekt. For det første anbefales der en fokuseret strategi, hvor man prioriterer kraftcentre indenfor turisme, som skal drive den overordnet udvikling. Odsherred kommune er udpeget som et af disse kraftcentre. Planen påpeger, som ovenfor, et behov for flere kommercielle overnatningssteder, manglen på signaturattraktioner og behovet for generelt højere oplevelsesværdi. Helt konkret peges der på bla. flere faciliteter til aktiviteter i naturen og udvikling af signaturattraktioner, som begge passer med ambitionerne med Danmarks Midtpunkt. Herudover udpeges Rørvig sammen med to andre områder, som de områder i Odsherred Kommune, hvor der er et særligt potentiale for udvikling.

² Tivolis grundlægger Georg Carstensen understregede denne pointe da han udtalte, "at Tivoli aldrig bliver færdig". Da man i 1996 stod overfor en massiv krise i Tivoli, som truede parken på livet, så var det netop fordi man havde droppet udvikling og glemt at forny parken. Den transformation Tivoli gennemgik efterfølgende med julemarked, fredagsrock, nye forlystelser og andre madkoncepter var voldsom upopulær hos mange af de gamle brugere, men den reddede Tivoli og øgede gæsteantallet med 2 mio.

NoteSide

https://www.odsherred.dk/media/um3d3d2e/notat_samfundsoekonomisk_kontekst_og_vigtigste_fremtidige.pdf



I Odsherred Kommune har turismen en stor indflydelse på økonomien, hvor den repræsenterer en årsomsætning på 1,7 mia. kr. og giver 1.900 årsværk i beskæftigelse. Odsherred har Region Sjællands største turismeomsætning og ligger på en 3. plads i Danmark, hvad angår turismens betydning for lokaløkonomien kun overgået af Fanø og Læsø.