

UDVIKLINGSPLAN MIDT JYLLANDS ØSTKYST

EN SAMLET BÆREDYGTIG TURISMEUDVIKLING FREM MOD 2030



AROS - AARHUS KUSTMUSEUM
Foto © Robin Skjoldborg, VisitAarhus

FORORD

Jyllands Østkyst er noget ganske særligt og muligvis det mest varierede turismeområde i Danmark. Området er en mosaik af enestående oplevelser, og variationen gør området unikt. På Jyllands Østkyst finder du alt lige fra store byer med international touch til smukke og idylliske kystbyer og havnebyer. Byerne er rige på kulturoplevelser, attraktioner, gastronomi og den helt særlige lokale stemning. Uden for byerne venter den ene naturoplevelse efter den anden med store imponerende skove, kyster med lækre badestrande, Gudenåen, der bugter sig gennem landskabet og vandre- og cykelstier, der bringer dig rundt i hele geografien på en bjergtagende facon. Der er med andre ord rigtig mange ting at være stolt af, og Jyllands Østkyst rummer et kæmpe potentiale som samlet destination.

Så for at udvikle turismen i området og skabe bedre forudsætninger for bæredygtig udvikling af turismen, har kommunerne, destinationsselskaberne, Dansk Kyst- og Naturturisme og Realdania lavet Udviklingsplan Jyllands Østkyst. Planen er en fælles vision om at skabe mere udvikling, bæredygtig vækst, arbejdspladser, livskvalitet og levende lokalsamfund langs hele den østlige side af Jylland i balance med lokale natur- og kulturværdier.

Visionen understøtter den ambitiøse nationale turismestrategi, der har nogle klare målsætninger om at øge omsætningen, øget antallet af overnatninger og få en bedre fordeling af overnatninger mellem højsæsonen (juli og august) og resten af året frem mod 2030. Alt sammen på en social og miljømæssig bæredygtig måde. Omsætning, overnatninger og sæsonfordeling er centrale nøgler til at skabe positive og bæredygtige samfundsmæssige effekter, der gavner by og land, kommuner og virksomheder og kan være med til at skabe og vedligeholde gode steder at bo og besøge – hele året.

Lige nu læser du Udviklingsplan Midt som zoomer ind på den del af Jyllands Østkyst som hedder Aarhusregionen. Det er et område, der er kendetegnet ved at have lige dele storbyturisme, erhvervsturisme og kyst- og naturturisme, og som rummer en lang række af landets største attraktioner, Danmarks andenstørste by og flere af de smukkeste naturområder.

I Aarhusregionen er vi vant til at kigge på fællesskabet frem for den enkelte kommune. Men nu har vi en anledning til sammen at sætte endnu klarere mål for at skabe vækst og udvikling. Vi kan nemlig nå langt, hvis vi løfter sammen i ambitionen om at gøre vores del af Jyllands Østkyst til et endnu mere attraktivt sted at bo og besøge hele året.

Samtidig skal vi gøre turismefællesskabet endnu større og stærkere. Hvis vi skal nå vores ambitiøse mål, så kræver det, at vi får involveret vores lokalsamfund, lodsejere, turismeaktører og mange andre, der gerne vil udvikle og bevare vores fantastiske byer, kultur og landskaber til glæde for os selv, vores gæster og fremtidige generationer.

Vi glæder os til at begynde rejsen frem mod 2030, hvor vi står med en endnu stærkere destination, hvor vi er lykkedes med at skabe mere udvikling, bæredygtig vækst, arbejdspladser, livskvalitet og levende lokalsamfund. Både i Aarhusregionen, men også langs hele den jyske østkyst.

Borgmestrene i Randers, Viborg, Silkeborg, Favrskov, Norddjurs, Syddjurs og Aarhus Kommune



VESTRE SØBAD SILKEBORG
Foto © Jakob Vingtoft, VisitAarhus

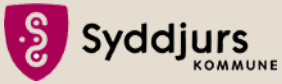

AARHUS
KOMMUNE


VIBORG
KOMMUNE


Favrskov
Kommune


Randers Kommune


Silkeborg
Kommune


Syddjurs
KOMMUNE


norddjurs
kommune

KOLOFON

Udviklingsplan Jyllands Østkyst er udarbejdet i 2024 og 2025. Planen er udarbejdet af ORANGE elevator, LABLAND og Rambøll på vegne af Dansk Kyst- og Naturturisme, Realdania og de seks destinationsselskaber samt de 23 komuner, som er en del af geografien. Projektet er støttet med midler fra Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse, Realdania og Dansk Kyst- og Naturturisme.

Rettigheder til billeder fremgår på det enkelte billede. Illustrationer kan benyttes med kreditering af ORANGE elevator og LABLAND.

September, 2025

VisitAarhus

DANSK KYST & NATUR TURISME

Realdania

Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse

ORANGE elevator

labland

RAMBØLL

INDHOLDSFORTEGNELSE

1. INTRODUKTION. 8

BÆREDYGTIG TURISMEUDVIKLING 12

TURISMEUDVIKLING PÅ AGENDAEN 14

2. ANALYTISK AFSÆT 16

JYLLANDS ØSTKYST I TAL 18

TURISMEN PÅ JYLLANDS ØSTKYST 23

SAMMENFATNING AF ANALYTISK AFSÆT 24

STYRKEPOSITIONER 25

3. STRATEGISK RAMME. 32

VISION 35

MÅL OG MÅLEPUNKTER 36

KERNEUDFORDRINGER 38

JYLLANDS ØSTKYST 2030 40

UDVIKLINGSPRINCIPPER 41

4. UDVIKLINGSPLAN MIDT 48

MIDT I TAL 52

INDSATSOMRÅDER 56

1: KRAFTCENTRE OG STÆRKE FERIESTEDER 56

2: UDVIDET OVERNATNINGSTILBUD 76

3: STORBYEN AARHUS 84

4: LEVENDE BYER 94

5: KULTUR OG ATTRAKTIONER 100

6: KYST, NATUR OG OUTDOOR 108

7: SAMMENHÆNGSKRAFT 116

Rettigheder til billede på forside: © Roar Paaske, VisitAarhus

KAPITEL 1

INTRODUKTION

UDVIKLINGSPLAN MIDT

SAMMENFATNING

VISION

Turismen på Jyllands Østkyst er i balance med lokale natur- og kulturværdier og bidrager til økonomisk vækst, arbejdspladser, livskvalitet og levende lokalsamfund.

UDVIKLINGS-PRINCIPPER

- Koncentrer udviklingen
- Beskyt og benyt
- Øg kvaliteten
- Styrk lokale særkender
- Tænk i flere sæsoner
- Sammen-tænk investeringer

INDSATSOMRÅDER

- KRAFTCENTRE OG STÆRKE FERIESTEDER
- UDVIDET OVERNATNINGSTILBUD
- STORBYEN AARHUS
- LEVENDE BYER
- KULTUR OG ATTRAKTIONER
- KYST, NATUR OG OUTDOOR
- SAMMENHÆNGSKRAFT

TILTAG

1. KRAFTCENTRE OG STÆRKE FERIESTEDER

1.1 Styrket infrastruktur i kraftcentre og stærke feriesteder
1.2 Levende lokalsamfund
1.3 Udarbejd strategisk-fysiske udviklingsplaner for kraftcentre og stærke feriesteder

2. UDVIDET OVERNATNINGSTILBUD

2.1 Øget kapacitet
2.2 Højere kvalitet
2.3 Transformation

3. STORBYEN AARHUS

3.1 Kultur og events
3.2 Kunst og kultur
3.3 Gastro
3.4 Aarhus som erhvervsturismemagnet

4. LEVENDE BYER

4.1 Købstæderne og handelsbyerne som oplevelsrum
4.2 Rekreativ klimatilpasning af havne- og kystbyer

5. KULTUR OG ATTRAKTIONER

5.1 Events og festivaler
5.2 Kulturarv
5.3 Stærke attraktioner

6. KYST, NATUR OG OUTDOOR

6.1 Ankomstpunkter og gateways til kyst, natur og outdoor
6.2 Strand, kyst og fjord
6.3 Sammenhængende rekreativ infrastruktur

7. SAMMENHÆNGSKRAFT

7.1 Store dagsordner
7.2 Tværgående samarbejder

MÅL

TURISMEN SKABER ØKONOMISK VÆKST

TURISMEN BIDRAGER TIL BÆREDYGTIG SAMFUNDSUDVIKLING

TURISMEN STYRKES GEN-NEM SAMMENHÆNGENDE INVESTERINGER

TURISMEN ER TYDELIG I KOMMUNALE STRATEGIER OG FYSISKE PLANER

TURISMEN UDVIKLES I SAMARBEJDE

INDLEDNING

Jyllands Østkyst er måske den mest varierede turistdestination, Danmark kan tilbyde. Mange forskellige natur- og kulturoplevelser samt overnatningstilbud binder geografien sammen i en mosaik, der er rig på oplevelser for både danske og internationale turister. Med enestående naturskønne landskaber, historiske bymiljøer og kulturelle seværdigheder, er Jyllands Østkyst et ideelt rejsemål for både erhvervsturister, kultur- og storbyturister samt kyst-og naturturister. Jyllands Østkyst har, hvad der kræves – og mere til – for at indfri ambitionerne om at skabe en bæredygtig udvikling af turismen frem mod 2030.

Turismeudviklingen på Jyllands Østkyst handler ikke kun om at øge omsætningen i turistbranchen. Turismeudvikling er også samfundsudvikling, hvor økonomisk vækst går hånd i hånd med udviklingen af levende byer, ressourcestærke lokalsamfund og naturmiljøer af høj kvalitet. Med denne ambition skal udviklingen af Jyllands Østkyst ske med fokus på både den økonomiske, sociale og miljømæssige udvikling af geografien.

Udviklingsplan Jyllands Østkyst omfatter en strategisk ramme, der dækker hele geografien, samt tre udviklingsplaner henholdsvis *Udviklingsplan Nord, Udviklingsplan Midt* og *Udviklingsplan Syd*.

Nærværende dokument omhandler den bæredygtige turismeudviklingen frem mod 2030 for *Midt*. I udviklingsplanen findes en sammenfatning af det analytiske afsæt, som danner grundlag for udviklingsplanen, den strategiske ramme, som omfatter hele geografien, samt indsatsområder og tiltag for *Midt*.

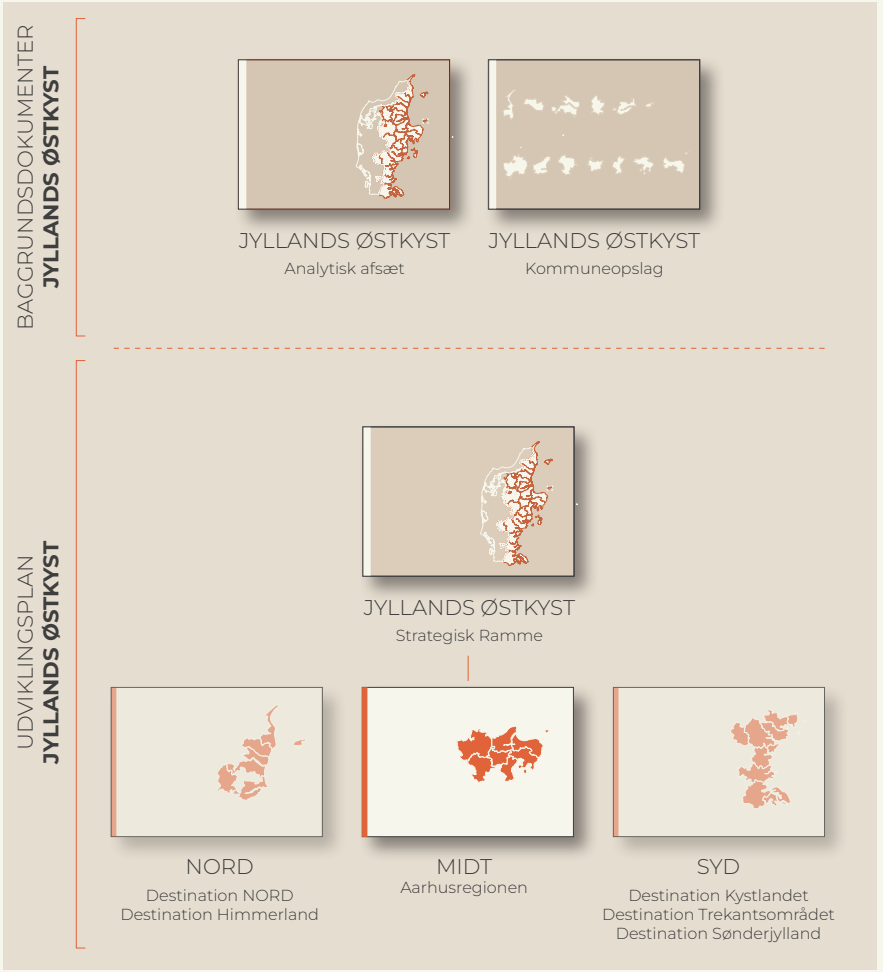


Illustration **Udviklingsplan Jyllands Østkyst**



SANGSTRUP KLINT
Foto © Sarah Green, VisitAarhus

BÆREDYGTIG TURISME

Bæredygtighed er omdrejningspunktet for turismeudviklingen på Jyllands Østkyst. En bæredygtig turismeudvikling er en udvikling, der tager fuldt højde for turismens nuværende og fremtidige økonomiske, sociale og miljømæssige aftryk, og som imødekommer behovene hos både gæster, branche, miljø og borgere.

Udviklingsplan Jyllands Østkyst skal sikre en bæredygtig turismeudvikling af geografien frem mod 2030. Udviklingsplanen tager afsæt i vision og pejlemærker fra den nationale strategi *Veje til bæredygtig turismevækst*, 2024. Formålet er at koordinere turismefremmende indsatser, der understøtter en bæredygtig samfundsudvikling.

> **VISION:** Turismen skal styrke dansk økonomi og det danske samfund gennem en miljømæssig, økonomisk og socialt bæredygtig vækst, der skaber værdi for borgere, turister og lokalsamfund.
>
> Kilde: Veje til bæredygtig turismevækst, 2024

Med *Veje til bæredygtig turismevækst* er ambitionen, at Danmark skal indfri sit potentiale for at blive en af verdens mest bæredygtige turismedestinationer. Målet er at styrke den danske økonomi og det danske samfund til gavn for både borgere, turister og lokalsamfund. Dette sker gennem en udvikling af dansk turisme, der har fokus på økonomisk, social og miljømæssig bæredygtighed. Økonomisk bæredygtighed handler om at tiltrække flere turister med et større forbrug i Danmark, mens social bæredygtighed fokuserer på at sikre tilfredse turister, borgere og medarbejdere. Endelig handler miljømæssig bæredygtighed om at implementere grønne løsninger med mindre miljø- og klimaaftryk.

I de seneste år har turismen været et væksterhverv med betydelig indvirkning på samfundets udvikling. Turismen medfører arbejdspladser, servicetilbud og oplevelser, som bidrager til social sammenhængskraft samt økonomisk aktivitet. Dette skaber byer og landdistrikter, der er attraktive både som bosætningssteder og som rejsemål året rundt. Turismen skal derfor støtte den samlede værdikæde gennem erhvervs-, kultur-, storby-, kyst- og naturturisme og sikre, at økonomisk aktivitet går hånd i hånd med klima- og miljøhensyn samt lokale og samfundsmæssige interesser. Dette forudsætter, at udviklingen baseres på stedbundne potentialer og tværgående samarbejder, så investeringer understøtter en generel samfundsudvikling til gavn for både lokale, erhvervslivet, miljøet og turister.

VEJE TIL BÆREDYGTIG TURISMEVÆKST

Nedenstående pejlemærker og indikatorer stammer fra den nationale strategi for bæredygtig vækst i dansk turisme, som blev udgivet i oktober 2024 af By-, Land, og Kirkeministeriet.



PEJLEMÆRKER	INDIKATORER
Flere turister med et større turismeforbrug i Danmark.	Turismeomsætningen i Danmark skal nå 200 mia. kr. Dansk turisme skal runde 74 mio. overnatninger. Antallet af overnatninger uden for højsæsonen (juli og august) skal udgøre 70 pct. af overnatninger i 2030.
Tilfredse turister, borgere og medarbejdere.	Danmark skal ligge i top 3 blandt landene i Nordeuropa, når det gælder de udenlandske turisters overordnede tilfredshed med ferieoplevelsen i landet. 80 pct. af danskerne skal opfatte turismens betydning som positiv for det danske samfund. Mindst 80 pct. af medarbejderne i turismeerhvervet skal være tilfredse med deres job som helhed.
Grønne og bæredygtige løsninger med mindre miljø- og klimaftryk.	Alle offentlige turismeorganisationer skal være bæredygtighedscertificeret. 70 pct. af alle overnatningssteder og forlystelsesparker i Danmark skal være bæredygtighedscertificerede. Danmark skal ligge nummer 1 blandt landene i Nordeuropa i forhold til turisternes vurdering af landet som et miljøvenligt rejsemål.

Kilde: Veje til bæredygtig turismevækst

TURISME PÅ AGENDAEN

Turisme er et erhverv, der bidrager positivt til kommunernes økonomi og antallet af arbejdspladser, og som understøtter kultur, shopping og spisesteder, så disse steder er med til at gøre området til et attraktivt sted at bo. Turisme spiller en væsentlig rolle for udvikling af kommunen og bør indgå i den fysiske planlægning og være et målrettet udviklingsområde.

Det er ambitionen, at turisme skal indtænkes langt mere i kommunernes planlægning end i dag. Arbejdet med udviklingsplanen for hele Jyllands Østkyst har en grundtanke om **10 % turisme** i alle planer. Dette vil være relevant uanset, om det gælder udviklingsplaner, visionsplaner, mobilitetsplaner, kommuneplaner eller andre relevante planlægningsværktøjer, der arbejdes med i kommunerne. At tænke turisme ind i alle planer vil øge de oplevelsesmæssige kvaliteter til glæde for både borgere og turister og understøtte de virksomheder, der leverer oplevelser til borgere og gæster.

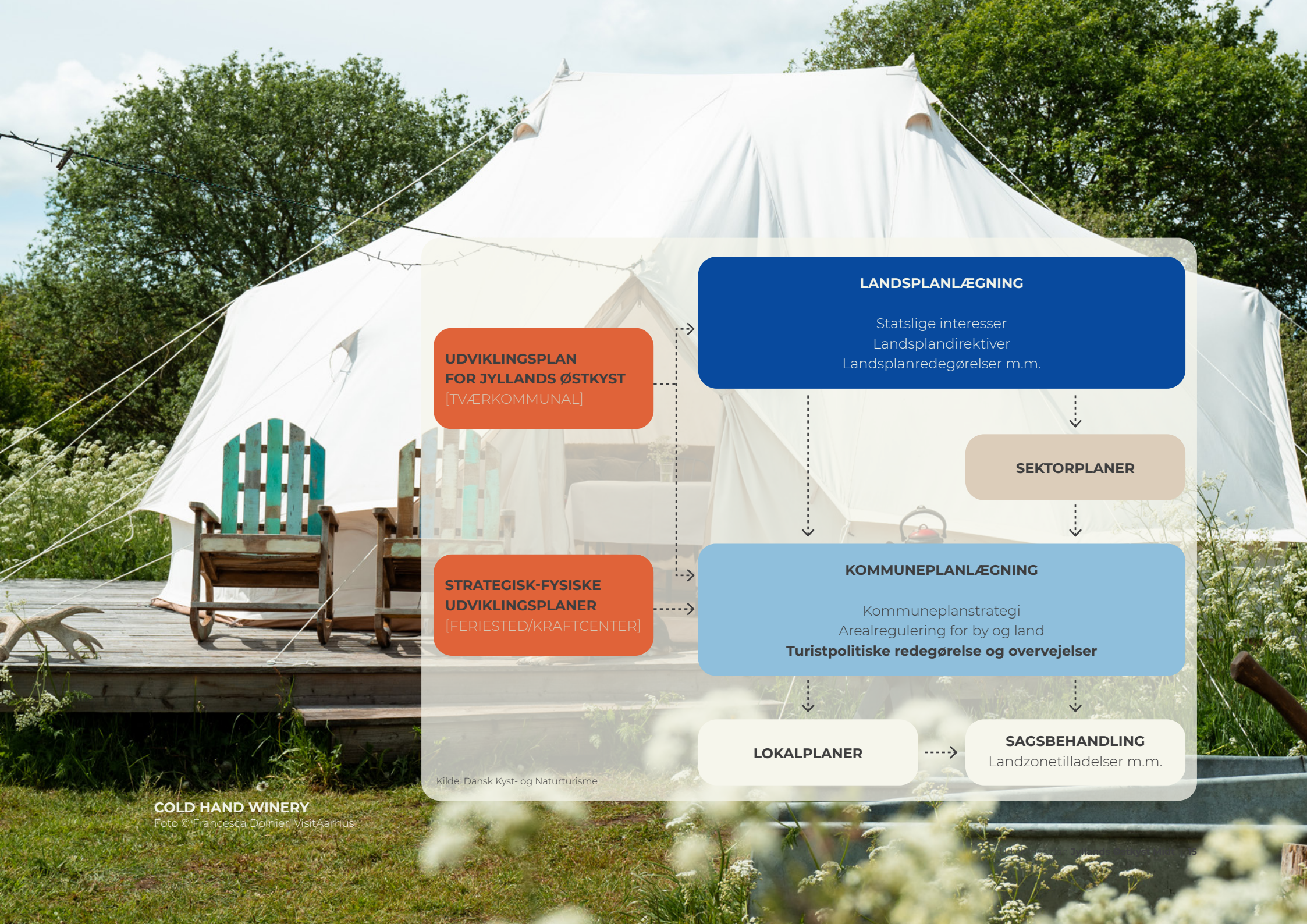
For at sikre at grebet med **10 % turisme** bliver en naturlig del af den kommunale planlægning bør turisme indarbejdes i den strategiske bymidteplanlægning, således at turismen kan bidrage positivt til et aktivt handelsmiljø, til gavn for både turister og borgere. Ligeledes vil det også være relevant at fokusere på, at turismen bliver en naturlig del af planlægningen af ny natur i forlængelse af aftalen om Grøn Trepart, hvor naturoplevelser, friluftsliv og outdoorturisme hænger nært sammen.

Kommunerne har en særlig rolle i at skabe bedre udviklingsmuligheder for turismen igennem den fysiske planlægning. Planlægning for turisme er ikke en skal-opgave i det officielle planhierarki, men hvis kommunen eller turismeerhvervet ønsker at skabe turismeudvikling indenfor eksempelvis kystnærhedszonen, vil planmyndighederne oftest stille krav om en *god planmæssig begrundelse*.

Udviklingsplan Jyllands Østkyst samler alle kommunerne omkring planlægning for turismens udvikling kombineret med destinationernes skarpe faglige blik for, hvad der driver markedsudviklingen, således at man i fællesskab kan sætte vision, ambition og retning for turismens udvikling,

Arbejdet med *Udviklingsplan Jyllands Østkyst*, samt de strategisk-fysiske udviklingsplaner for kraftcentre og stærke feriesteder, kan efterfølgende spille ind i den kommunale planlægning som rammeværktøj. Både igennem planstrategiens mål og ambitioner for den enkelte kommune, men også ind i *de sammenhængende turistpolitiske overvejelser*, planlovens §5b, som giver kommunerne mulighed for at identificere en *god planmæssig begrundelse* for turismens udvikling. Udviklingsplanen bliver således et bindeled, både på tværs af hele geografien, imellem kommuner og destinationer, men også på tværs af den kommunale planlægning og de øvrige kommunale fagområder således, at hvis alle husker at indtænke **10 % turisme**, så kan alle medvirke til at skabe grundlag for en bæredygtig turismeudvikling. Dermed bliver udviklingsplanerne et bidrag til det officielle plansystem, som kan rumme flere nuancer, tænke mere tværgående og skabe et planlægningsrum for udvikling af turismen.

For at sikre de mange perspektiver er udviklingsplanen udarbejdet med inddragelse af og bidrag fra de involverede kommuners ledelse og administration og fra turismefaglige eksperter fra destinationsselskaber, interesseorganisationer, VisitDenmark og Dansk Kyst- og Naturturisme.



Kilde: Dansk Kyst- og Naturturisme

COLD HAND WINERY
Foto © Francesca Dolnier, VisitAarhus

KAPITEL 2

ANALYTISK AFSÆT

Jyllands Østkyst er noget ganske særligt og muligvis det mest varierede turismeområde i Danmark. Geografien udgør en mosaik af enestående natur- og kulturoplevelser, som er godt forbundet på tværs af by, land og kyst. I det følgende sammenfattes hovedpointerne fra det analytiske afsæt i et kortfattet resumé.

ANALYTISK AFSÆT

JYLLANDS ØSTKYST I TAL

KOMMERICELLE OVERNATNINGER



Jyllands Østkyst (2023)

15,7 MIO.

De kommercielle overnatninger på Jyllands Østkyst udgør **25 %** af de samlede kommercielle overnatninger i Danmark. Opgørelsen er baseret på de 23 kommuner, der er en del af destinationssamarbejder.

Danmark (2023)

64,1 MIO.

TURISMEFORBRUG / KR.



Jyllands Østkyst (2022)

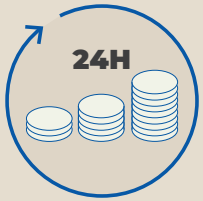
38,9 MIA.

Turismeforbruget på Jyllands Østkyst udgør **25 %** af det samlede turismeforbrug i Danmark. Opgørelsen er baseret på de 23 kommuner, der er en del af destinationssamarbejder.

Danmark (2022)

152,6 MIA.

DØGNFORBRUG



Jyllands Østkyst

1.100 KR.

Region Syddanmark

1.100 KR.

Region Midtjylland

1.350 KR.

Region Nordjylland

Danmark

1.300 KR.

TURISMESKABTE ÅRSVÆRK



Jyllands Østkyst (2022)

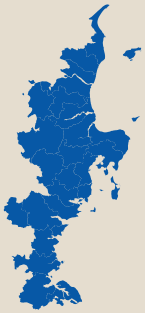
37.994

De turismeskabte jobs udgør på Jyllands Østkyst **26 %** af de samlede turismeskabte jobs i Danmark. Opgørelsen er baseret på de 23 kommuner, der er en del af destinationssamarbejder.

Danmark (2022)

145.990

Kilder: Turismens Økonomiske betydning (2022), Turisternes Døgnforbrug (2022)



Areal / km²

16.584



Destinationsselskaber

6



Kommuner

26



Købstæder

25



Indbyggere

1.958.063



Indbyggere / km²

118



Vandstrækning / km.

3.247

Fordelt mellem **2142 km kystlinje** og **1105 km sø- og vandløbsstrækning** (Vandløbsstrækninger med rolængde på mere end 10 km).



Skov- og naturareal

26 %

Fordelt mellem **16,39 % skov** og **9,95 % sø, eng, mose, hede og overdrev.**

Kilder: Danmarks Statistik (2024M12), Byen Danmark, Danmarks Idrætsforbund (2019), Naturkapitalindeks (2020)

ANALYTISK AFSÆT

JYLLANDS ØSTKYST I TAL



Turismeforbrug

38,9

MIA. KR.



22,8

MIA. KR.
Kommercielle overnatninger

16,0

MIA. KR.
Endagsbesøg og ikke-kommercielle overnatninger



Antal feriehuse

50.705



Udlejningsgrad feriehuse

13

PROCENT

KOMMERCIEL OVERNATNING FORDELT PÅ FORSKELLIGE OVERNATNINGSTYPER I MIO. KR.:



Hotel/ferie

5.875



Hotel/forretning

4.693



Feriecenter

1.762



Camping

2.693



Vandrehjem

407



Lystbådehavne

415



Lejet feriehus

5.227



Lejet helårshus

1.647



Festival

23



Krydstogt

91

Data der fremgår af denne side er opgjort på baggrund af antallet i de **23 kommuner**, som er en del af destinationsselskaberne i geografien.

Kilder: Turisternes Døgnforbrug (2022), Turismens økonomiske betydning (2022)

UNESCO

8

Fordelt mellem **UNESCO Verdensarv: 4**, **UNESCO Lærende Byer: 1** og **UNESCO Kreative Byer: 2** og **UNESCO Immateriel kulturarv: 1**

UNESCO-tentativliste

1

UNESCO Verdensarv

Top 300 attraktioner

90

LEGOLAND® ikke medregnet

Museer

67

Blandt **top 300 attraktioner**.

Oplevelsesparker

6

Blandt **top 300 attraktioner**.



Fjorde

10

Fjorde over 10 km: **Limfjorden, Mariager Fjord, Randers Fjord, Horsens Fjord, Vejle Fjord, Kolding Fjord, Haderslev Fjord, Als Fjord, Aabenraa Fjord** og **Flensborg Fjord**



Naturparker

4 (2)

Naturpark Flyndersø, Naturpark Randers Fjord, Naturpark Lillebælt og Naturpark Nordals, samt **(Pilotnaturpark Gudenåen** og **Pilotnaturpark Svanegrunden)**



Danmarks Naturkanon

5

Lille Vildmose, Skagen og Råbjerg Mile, Jernhatten og Mols Bjerge, Gudenåens og Skjernåens kilder og **Trelde Næs**



Nationalparker

1

Nationalpark Mols Bjerge



Naturnationalparker

4

Naturnationalpark Fussingø, Naturnationalpark Kompedal, Naturnationalpark Mols Bjerge og **Naturnationalpark Læsø Klitplantage**

Kilder: Attraktionslisten (2023), Danmarks Nationalparker, Danmarks Naturkanon, Danske Naturparker, Friluftsrådet, Naturnationalparker, UNESCO på Danmarkskortet, UNESCO tentativliste



DOLLERUP BAKKER
Foto © Jesper Mosegaard, VisitAarhus

ANALYTISK AFSÆT

TURISMEN PÅ JYLLANDS ØSTKYST

I forbindelse med udarbejdelse af det analytiske afsæt for *Bæredygtig turismeudvikling af Jyllands Østkyst*, er der udarbejdet TURISMENS ØKONOMISKE BETYDNING 2022 for 'Destination Jyllands Østkyst'. De væsentligste pointer er:

- Turisterne på Jyllands Østkyst havde et forbrug på 38,9 mia. kr. i 2022. Det er en stigning på 4,7 mia. kr. eller 13,9 % sammenlignet med 2019. De foreløbige tal for 2023 indikerer en yderligere stigning på 1,7 mia. kr. i 2023.

- Turismeforbruget på Jyllands Østkyst stod for 46,4 % af det samlede turismeforbrug for Region Midtjylland, Nordjylland og Syddanmark sammenlagt. I alt udgjorde turismeforbruget 1,7 % af det samlede udbud af varer og tjenesteydelser i destinationen i 2022, hvilket er lavere end turismens andel af det samlede udbud i Danmark, der udgjorde 2,0 %.

- De danske turister stod for 64 %, eller 24,8 mia. kr., af det samlede forbrug, mens de udenlandske turister tegnede sig for de resterende 14,0 mia. kr. eller 36 % i 2022. Heraf var Tyskland det største udenlandske marked i 2022 med et forbrug på 3,6 mia kr inden for kommercielle/betalte overnatningsformer.

- Ferieturismen fyldte mest i Jyllands Østkyst og stod for 75 % af det samlede turismeforbrug, hvor de danske turister bidrog med 17.1 mia. kr. og de udenlandske turister med 12,1 mia. kr. i 2022. Erhvervs- og mødeturismen stod for de resterende 25 % af turismeforbruget, hvor især de danske turister havde et højt turismeforbrug på 7,7 mia. kr. eller 80 % af det samlede forretningsforbrug.

- Især endagsbesøgende turister (ferie og forretning) og hotelgæster (ferie og forretning) havde betydning for turismeforbruget i Jyllands Østkyst i 2022. Endagsturisterne tegnede sig for 27 % eller 10,5 mia. kr. og turister på hotel 27 % nemlig 10,6 mia. kr. af det samlede forbrug.

- Turismen skabte over 19 mia. kr. i værditilvækst i Jyllands Østkyst i 2022 og udgjorde 2,7 % af den samlede værditilvækst i geografien. Dette var dog under niveauet for landet som helhed (3 %). Effekten af én mio. kr. i turismeforbruget gav på Jyllands Østkyst anledning til 500.000 kr. i værditilvækst inklusive afledte effekter.

- Jyllands Østkyst mærkede en lille stigning i sengekapaciteten på 2,9 % i 2023 sammenlignet med 2019. Antallet af virksomheder steg med 5,9 % i 2023 sammenlignet med 2019.

- Antallet af overnatninger på Jyllands Østkyst i 2023 var 15,9 mio., hvilket er et fald på 3,8 % sammenlignet med 2022, sammenlignet med 2019 er der tale om en stigning på 10,9 %. Hoteller (ferie og forretning) havde 4,5 mio. overnatninger, feriehuse tegner sig for 4,3 mio og campingpladser 4,2 mio. og stod tilsammen for størstedelen af overnatningerne i destinationen i 2023.

- Der blev i alt foretaget 15,8 mio. overnatninger på Jyllands Østkyst i 2023, hvor 60 % stammede fra danske turister og de resterende 40 % fra udenlandske turister. Den negative udvikling på 3,8 % i overnatninger skyldes et fald i de danske overnatninger på 7 %, mens udenlandske overnatninger var steget med 1,6 %. Sammenlignet med 2019 er der tale om stigning i danske overnatninger på 9,7 % og udenlandske 13 %.

ANALYTISK AFSÆT

SAMMENFATNING AF ANALYTISK AFSÆT

Jyllands Østkyst er en sammensat mosaik af byer, natur og kultur. Den store variation i natur- og kulturoplevelser, de historiske købstæder og maritime kystbyer samt det veludbyggede infrastrukturnetværk kendetegner Jyllands Østkyst. Geografien tilbyder en bred vifte af turismeoplevelser, services og produkter, som tiltrækker erhvervsturister, kultur- og storbyturister samt kyst- og naturturister. De forskellige områder i geografien rummer stærke kernefortællinger og en stor variation i ferie- og overnatningsmuligheder, attraktioner og oplevelsesprodukter, der spænder på tværs af destinationerne. Samlet set udgør dette styrken ved Jyllands Østkyst, som har potentiale til at styrke sin position både nationalt og internationalt og dermed skabe vækst i turismeerhvervet. Denne vækst skal understøtte udviklingen af Jyllands Østkyst på økonomisk, socialt og miljømæssigt plan.

Turismen er Danmarks fjerdestørste eksporterhverv og spiller en vigtig rolle på Jyllands Østkyst med betydelige økonomiske og beskæftigelsesmæssige bidrag både kommunalt, regionalt og nationalt. Turismen på Jyllands Østkyst udgør cirka en fjerdedel af den samlede turismeomsætning i Danmark, en fjerdedel af overnatningerne, en fjerdedel af de turismeskabte jobs, og knap en tredjedel af de 300 største attraktioner ligger her. Turismen har også en væsentlig indvirkning på den lokale samfundsøkonomi, idet turismeerhvervet bidrager med kommunale skatteindtægter på mellem 3 % og 7 %. Den skaber stedbundne jobs, inkluderer unge, studerende og marginaliseret arbejdskraft og bidrager til stærke lokalsamfund.

Jyllands Østkyst udgør omkring en tredjedel af Danmarks areal og er kendetegnet ved de mange fjorde, der med vandløb strækker sig langt ind i landet. Kyststrækningen udgør omkring to tredjedele af den samlede vandstrækning, mens resten består af sø- og vandløbsstrækninger*. Naturen er varieret og omfatter både Danmarks længste å og fjord, højeste punkt samt landets største overdrev, vandreklit, højmose og skovområde. Samlet dækker natur- og skovområder 26 % af geografiens areal. Udbuddet af naturoplevelser, både til vands og til lands, er derfor bredt på tværs af geografien. Kulturarven er ligeledes mangfoldig. Vikingespor, herregårdslandskaber og industriarv præger kulturlandskabet, der også rummer fire steder optaget på UNESCOs verdensarvsliste.

Foruden Danmarks næststørste by, Aarhus, rummer Jyllands Østkyst 25 købstæder, hvoraf flere findes langs kysten. Udover købstæderne findes mange kystbyer, og den kystnære placering har resulteret i et stort antal lystbådehavne. De største byer er godt forbundet via både motorvejs- og jernbanenet. Geografien har fem lufthavne, hvoraf fire tilbyder internationale ruter. Dertil kommer færgehavne – to med udlandsruter og fire med krydstogtsanløb. Den blå og grønne rekreative infrastruktur, med bl.a. Hærvejen, Østkystruten og Gudenåen, binder geografien sammen og sikrer tilgængelighed for vandre-, cykel-, kajak- og kanoture mellem natur, kultur og bymiljøer. Jyllands Østkyst er således godt forbundet både internt og på tværs af landegrænser. Denne stærke udgangsposition danner grundlag for ambitionen om at øge turismens betydning lokalt og nationalt, så Jyllands Østkyst med sin mangfoldighed af turismeprodukter bliver en central del af udviklingen.

På modstående side ses de seks styrkepositioner, som er konklusionen på analysen. Disse udfoldes i det følgende afsnit.

* Sø- og vandløbsstrækninger dækker over strækninger med rolængder på > 10 km.

ANALYTISK AFSÆT

STYRKEPOSITIONER

- **KAPACITET OG UDNYTTELSE**
  Jyllands Østkyst rummer en veludbygget turismeinfrastruktur, der understøtter helårsturisme og tiltrækker forskellige typer af turister. Styrken findes i variationen i produktet og den uudnyttede kapacitet.

- **NATUR OG LANDSKAB**
  Jyllands Østkyst rummer enestående naturoplevelser, hvor styrken findes i variationen af og tilgængeligheden til naturen.

- **KØBSTÆDER OG KYSTBYER**
  Jyllands Østkysts købstæder og kystbyer udgør et stærkt fundament for geografiens turismemæssige tiltrækningskraft og understøtter helårsturisme med deres unikke karakter.

- **KULTUR OG ATTRAKTIONER**
  Jyllands Østkyst rummer en mangfoldig kultur med kulturarv i verdensklasse, kvalitetsattraktioner og et levende kulturliv. Denne styrke skaber grundlaget for en stærk kulturidentitet.

- **INFRASTRUKTUR OG ADGANG**
  Jyllands Østkyst er godt forbundet og de forskellige forbindelser udgør en styrke der understøtter en effektiv sammenhæng både internt i geografien og på tværs af nationale grænser.

- **STORBY- OG ERHVERVSTURISME**
  Jyllands Østkyst tilbyder storbyturisme i Aarhus og Aalborg, og sammen med Trekantsområdet udgør de Jyllands Østkysts kraftcentre for erhvervsturisme.

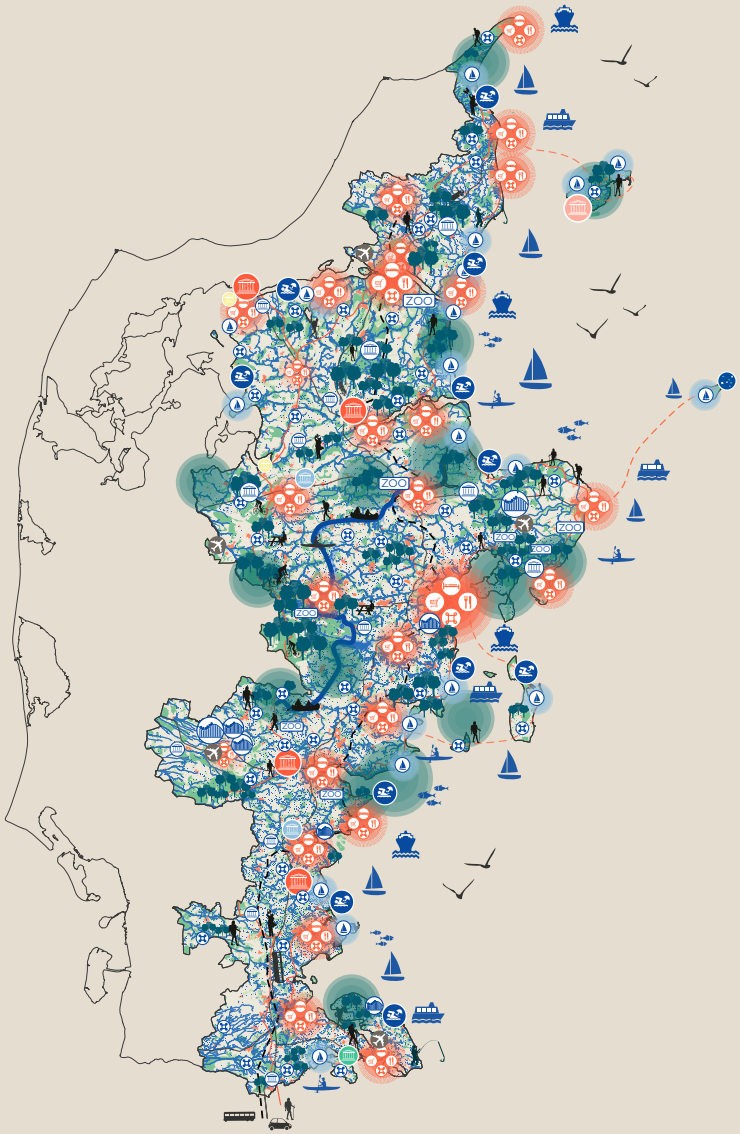


Illustration **Sammenfatning af styrkepositioner for Jyllands Østkyst**

STYRKEPOSITION

KAPACITET OG UDNYTTELSE

Jyllands Østkyst rummer varierede turismeprodukter og en veludbygget turismeinfrastruktur, hvor styrken særligt findes i:

- **Bred vifte af turismeprodukter:** Det store og varierede udbud af turismeprodukter imødekommer både erhvervs-, kultur- og storby- samt kyst- og naturturister. Samtidig imødekommer sammensætningen fremgangen i multidimensionale rejsemønstre, hvor forskellige typer af oplevelser ønskes kombineret under samme rejse. Dette varierede udbud af turismeprodukter danner et solidt grundlag for helårsturisme, der bidrager til levedygtige lokalsamfund.
- **Vækst i overnatningskapacitet:** Overnatningskapaciteten er steget med 2,9 % fra 2019 til 2023. Den øgede overnatningskapacitet vidner om en generel vækst, som vil kunne styrkes yderligere ved en øget koordineret indsats mellem offentlige og private investeringer. En yderligere vækst i kapacitet kan ske gennem transformation af eksisterende bygningsmasse til turistformål samt etablering af ny kapacitet med fokus på ansvarlig arealforvaltning og minimering af ressourceforbrug.
- **Ledig kapacitet:** Selvom der er overnatning og omsætning, er udnyttelsen af kapaciteten på Jyllands Østkyst svagere end på landsplan. Turismeforbruget i 2022 var 38,8 mia. kr., hvilket afslører udfordringer i kapacitetsudnyttelsen. Udviklingen i kommercielle overnatninger er faldet med -3,8 % fra 2022 til 2023, og samtidig ligger Jyllands Østkyst under landsgennemsnittet med 59 % kommercielle overnatninger mod 64 % nationalt. Specielt inden for feriehusudlejning ligger Jyllands Østkyst under landsgennemsnittet både i fordeling (13 % mod 18 %) og i udlejningsgrad (11,5 % mod 14,4 %). Der er et stort potentiale i at udnytte den eksisterende kapacitet bedre, herunder et kvalitetsløft, der kan styrke områdets tiltrækningskraft og øge belægningsgraden.

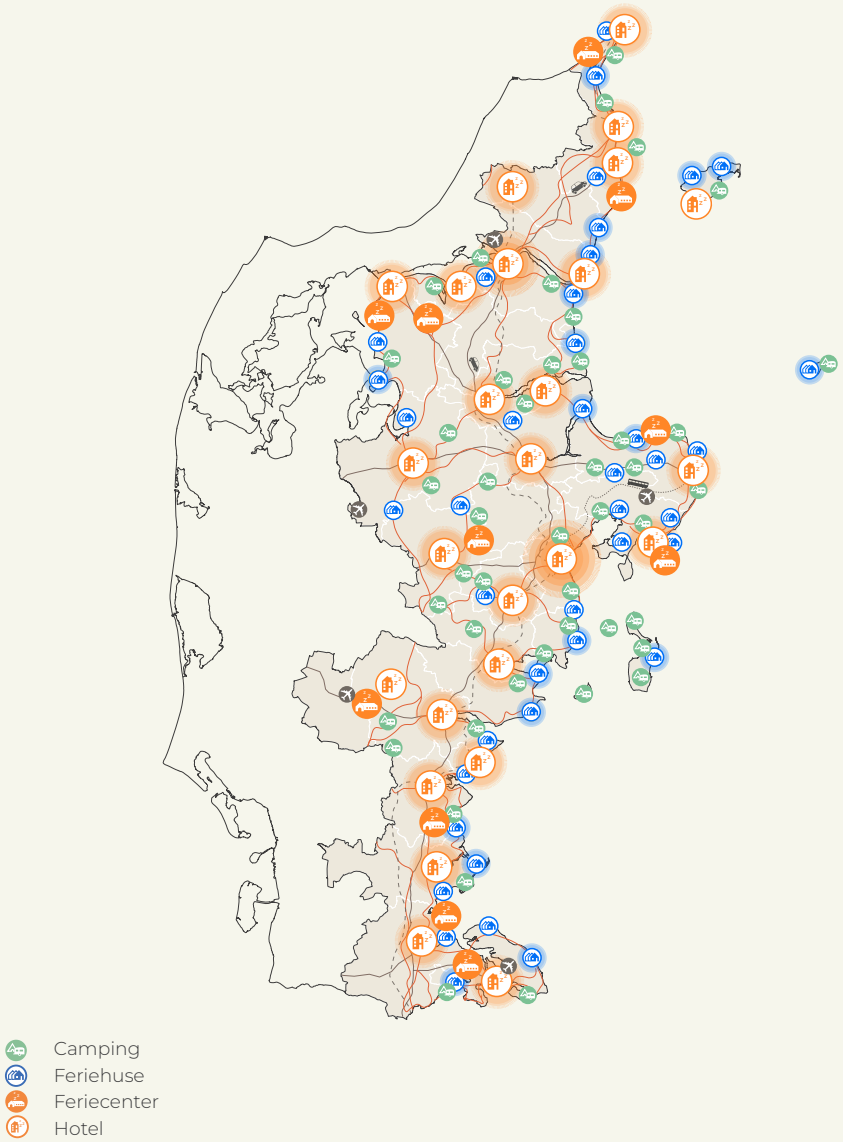
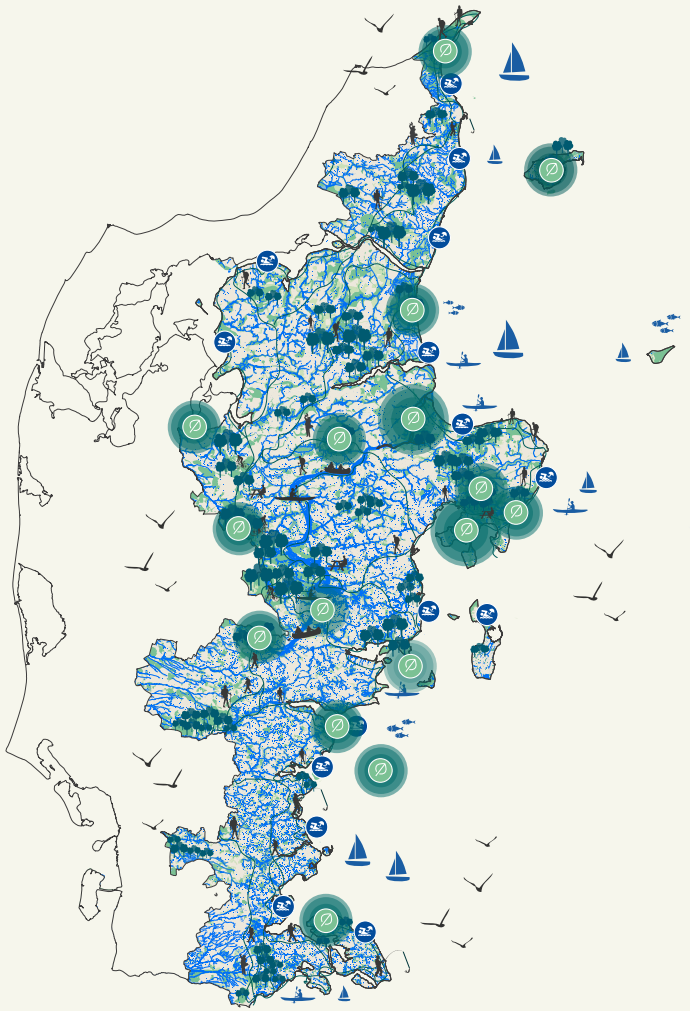


Illustration **Kapacitet og udnyttelse**

STYRKEPOSITION
NATUR OG LANDSKAB

Jyllands Østkyst rummer varierede landskabs- og naturoplevelser – både til lands og til vands – og udgør en styrkeposition ved:

- **Unikke naturoplevelser:** Jyllands Østkyst rummer bl.a. Danmarks længste å og fjord, største overdrev, højmose, indlandshede og vandreklit samt højeste punkt. Geografien er også kendetegnet ved større skovområder, som dækker næsten 17 %. Naturoplevelser kan styrkes gennem rekreative forbindelser, faciliteter og formidling. Udviklingen bør koncentreres om områder med høj oplevelsesværdi og i forbindelse med naturgenopretning. Målet er at benytte og beskytte naturen, som er en knap ressource, men med stor attraktionsværdi. Planlægning af rekreative tiltag skal derfor ske med omtanke. Der er et aktuelt potentiale for at styrke naturoplevelserne ved at sammentænke rekreative tiltag med etablering af naturområder og klima- og kysttilpasning, hvilket vil gavne både turister, lokalsamfund og miljøet.
- **Korte afstande og stor tilgængelighed:** Koncentrationen af byer og natur på Jyllands Østkyst medvirker til, at afstandene herimellem er relativt korte. Flere af byerne, særligt købstæderne, ligger i naturskønne omgivelser, som historisk har været afhængige af vandveje eller større handelsruter som Hærvejen, der går gennem unikke naturområder. Potentialet for at styrke denne sammenhæng er stort, især gennem rekreative forbindelser og planlægning af grønne og blå korridorer.
- **Varieret og sårbart vandlandskab:** Geografien er kendetegnet ved mange fjorde, milde kyster og vandløb, som giver varierede muligheder for aktiviteter på og i vandet. Kysten udgør to tredjedele af den samlede vandstækning, mens resten består af længere sø- og åløbstrækninger. Vandkvaliteten er dårlig i store dele af geografien, især i fjordene, og samtidig er kystområder og -byer samt lavtliggende områder udsatte over for havvands- og grundvandsstigninger samt øget nedbør.



Naturområde (Nationalpark, Naturnationalpark, Naturpark, Pilotnaturpark, Danmarks Naturkanon)

Illustration **Natur og landskab**

STYRKEPOSITION

KØBSTÆDER OG KYSTBYER

Jyllands Østkyst rummer både købstæder og kystbyer, som udgør en styrke ved:

- **Levende byer året rundt:** De mange større byer, herunder købstæderne, har et stærkt helårsliv med levende bymiljøer året rundt, hvilket er et fundament for både helårs- og endagsturisme. 27 % af det samlede forbrug på Jyllands Østkyst i 2022 stammer fra endagsturisme, hvilket vidner om byernes betydning. 81 % af overnatningerne sker fra april til oktober, hvilket koncentrerer turisternes forbrug i detailhandlen, på restauranter og attraktioner i denne periode. Turisternes forbrug er af stor samfundsmæssig betydning, da det understøtter opretholdelse af detailhandel og kulturtilbud og skaber levedygtige byer med attraktive bosætningsmuligheder, arbejdspladser og infrastruktur til gavn for både turister og lokale.
- **Historisk og arkitektoniske oplevelser:** Købstæderne rummer velbevarede bymidter, torve og kulturmiljøer, som skaber autentiske oplevelser og er attraktive som turismeprodukt. De stærke lokale fortællinger og identiteter er vigtige brikker i Danmarks historie. Mange købstæder ligger ved kysten, da middelalderens handelsruter fulgte vandvejene. Deres særegne fortællinger udgør et stærkt turismeprodukt, men kræver investeringer i byliv og kvalitet, som fremmer økonomisk aktivitet.
- **Unik kombination af byer:** Jyllands Østkyst er præget af både købstæder og kystbyer, som styrker geografiens turismemæssige tiltrækningskraft. Købstæderne byder på byliv med handel, gastronomi og kultur hele året, mens kystbyerne har sæsonbetonede tilbud med havnemiljøer og kystaktiviteter. Begge typer af byer tiltrækker både danske og internationale gæster. 64 % af turismeforbruget kommer fra danske turister, men det er især værdifuldt at tiltrække udenlandske gæster, da de oftere bliver længere og bruger flere penge lokalt.

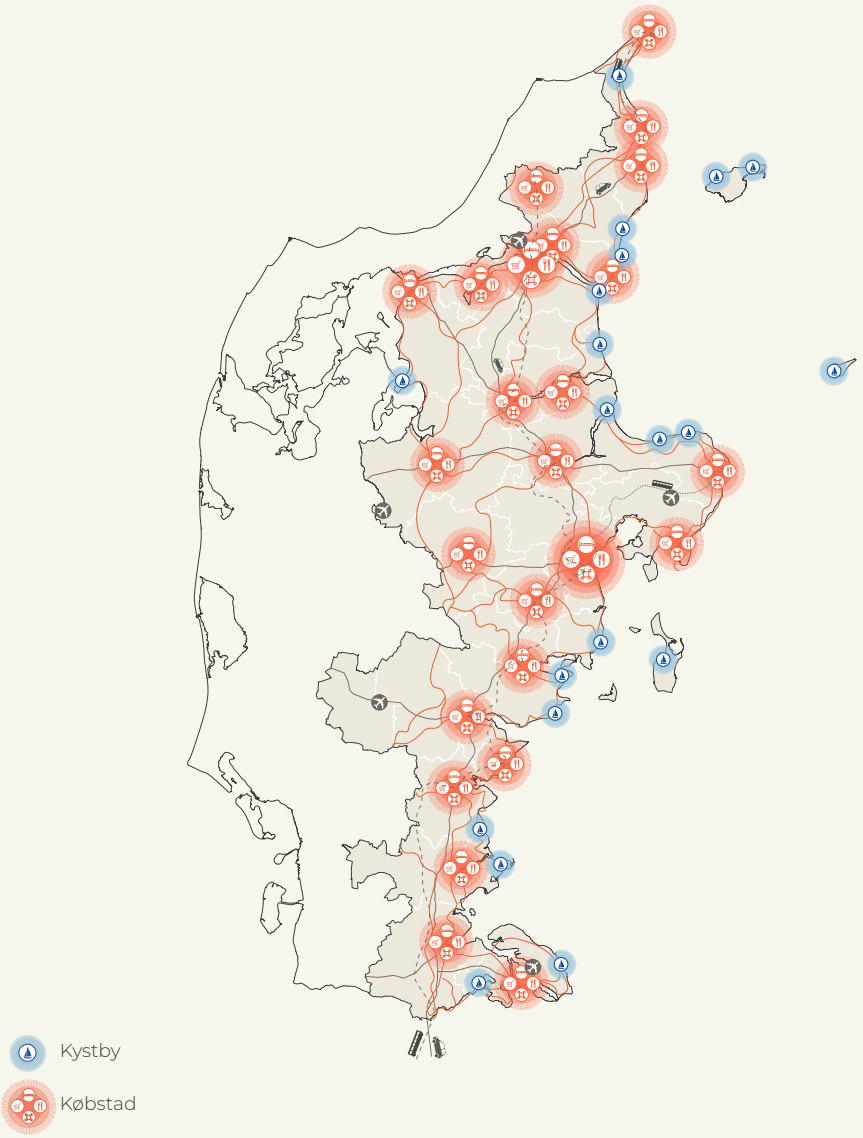


Illustration **Købstænder og kystbyer**

STYRKEPOSITION
KULTUR OG ATTRAKTIONER

Den kulturelle identitet for Jyllands Østkyst bygger på et bredt udbud af kulturattraktioner, kulturarv og kulturevents. Styrken findes i:

- **Enestående kulturarv:** Kulturarven vidner om vikingernes spor, dyrkningslandskabets udvikling, kampene for fædrelandet og industrialiseringens aftryk. Den stærke kulturhistorie er forankret i landskabet og kommer til udtryk bl.a. gennem vikingeborgene Aggersborg og Fyrkat, som er to af fire UNESCO Verdensarvssteder i geografien, Hærvejen, som handelsruten på den jyske højderyg, og Dybbøl Banke, der er nationale symboler for Danmarks grænsedragning. Kulturarvsudbud giver mulighed for at fremme stedbundne kvaliteter og styrke områders attraktionskraft, men kræver koordinerede investeringer og fornyelse af formidlingen for at fastholde attraktionsværdi.
- **Høj koncentration af kulturattraktioner:** Jyllands Østkyst byder på et rigt udvalg af kulturattraktioner for hele familien, såsom museer, gallerier og forlystelsesparker samt et levende kulturliv med markeder, events og festivaler. Af de 300 største danske attraktioner ligger 90 i geografien. Forbruget i kategorien 'Kultur og forlystelser' er på landsplan 7 mia. kr. og på Jyllands Østkyst 1,8 mia., svarende til 26 % af forbruget i landet som helhed. Det indikerer, at attraktionerne på Jyllands Østkyst ikke udnytter deres potentiale fuldt ud.
- **Kulturtilbud året rundt:** De mange byer sikrer kulturtilbud året rundt, som kan forlænge turismesæsonen. Det kræver dog fokus på kommercielle aktiviteter og høj kvalitet i både produkt og service. Kulturtilbuddene kan fungere som trækplastre for både nationale og internationale gæster og dermed øge omsætningen til gavn for lokalsamfund, turismeerhverv og kulturaktører. Samtidig kan stærke samarbejder og målrettede investeringer styrke synlighed, lokal stolthed og langsigtet værdiskabelse mellem kultur, lokalsamfund og turisme.

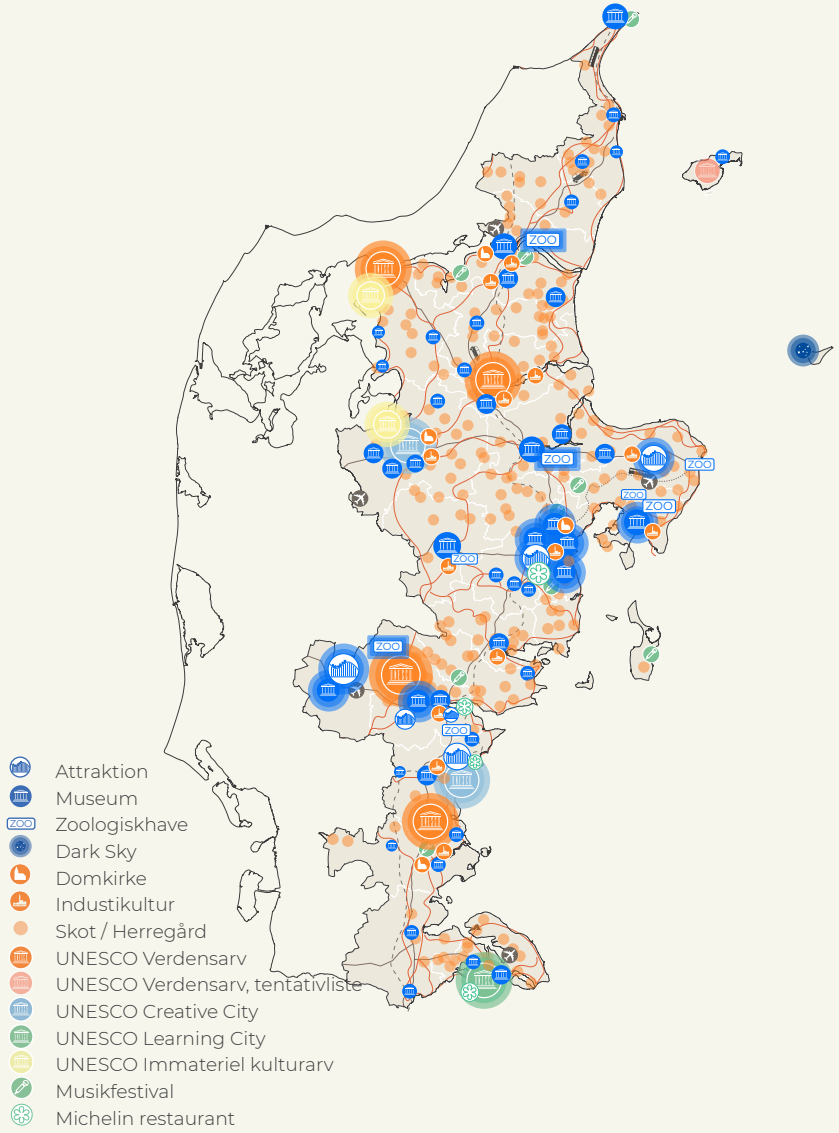


Illustration **Kultur og attraktioner**

STYRKEPOSITION
INFRASTRUKTUR OG ADGANG

Jyllands Østkyst har stærke infrastrukturelle forbindelser og knudepunkter, hvilket udgør en styrke ved:

- **Tæt og sammenhængende netværk:** Jyllands Østkyst er godt forbundet både internt og på tværs af landegrænser via motorvejs- og jernbanenetværk. De større byer fungerer som knudepunkter og sikrer forbindelser mellem by og land samt på tværs af geografien. De korte afstande fra knudepunkterne til både landområderne og kysten sikrer en sammenhængskraft mellem kultur- og naturoplevelser, faciliteter og tilbud. Jyllands Østkyst er også forbundet til udlandet via lufthavne samt færge- og krydstogtforbindelser, hvilket styrker tilgængeligheden og forbindelserne.
- **Grundlag for grøn omstilling:** Jernbanenetværket sikrer offentlig transport og skaber bevægelighed mellem købstæderne, hvilket er grundlag for udviklingen af grønnere transportformer for turister. Den øvrige offentlige transport mellem byerne og landdistrikterne udgør en udfordring, især hvad angår den såkaldte "last mile". Ved at styrke offentlig transport kan brugen af grønne transportformer fremmes, især mellem trafikale knudepunkter og turistdestinationer.
- **Stærk rekreativ infrastruktur:** Den rekreative infrastruktur er vigtig for geografiens tiltrækningskraft. Flere ruter, som Hærvejen, Gendarmstien og Trækstien, formidler kulturel arv, og dette potentiale ses også i banestier, der skildrer Danmarks industrielle historie. Den nationale cykelrute Østkysten binder geografien sammen langs kysten. Den blå infrastruktur er en styrke, hvor fjorde og åer forbinder indlandskommuner med kysten, og lystbådehavne udgør knudepunkter i den blå rekreative infrastruktur. Tværkommunalt samarbejde omkring ruterne kunne styrkes, og certificering af ruterne er et kvalitetsstempel og øger turismens tiltrækningskraft.

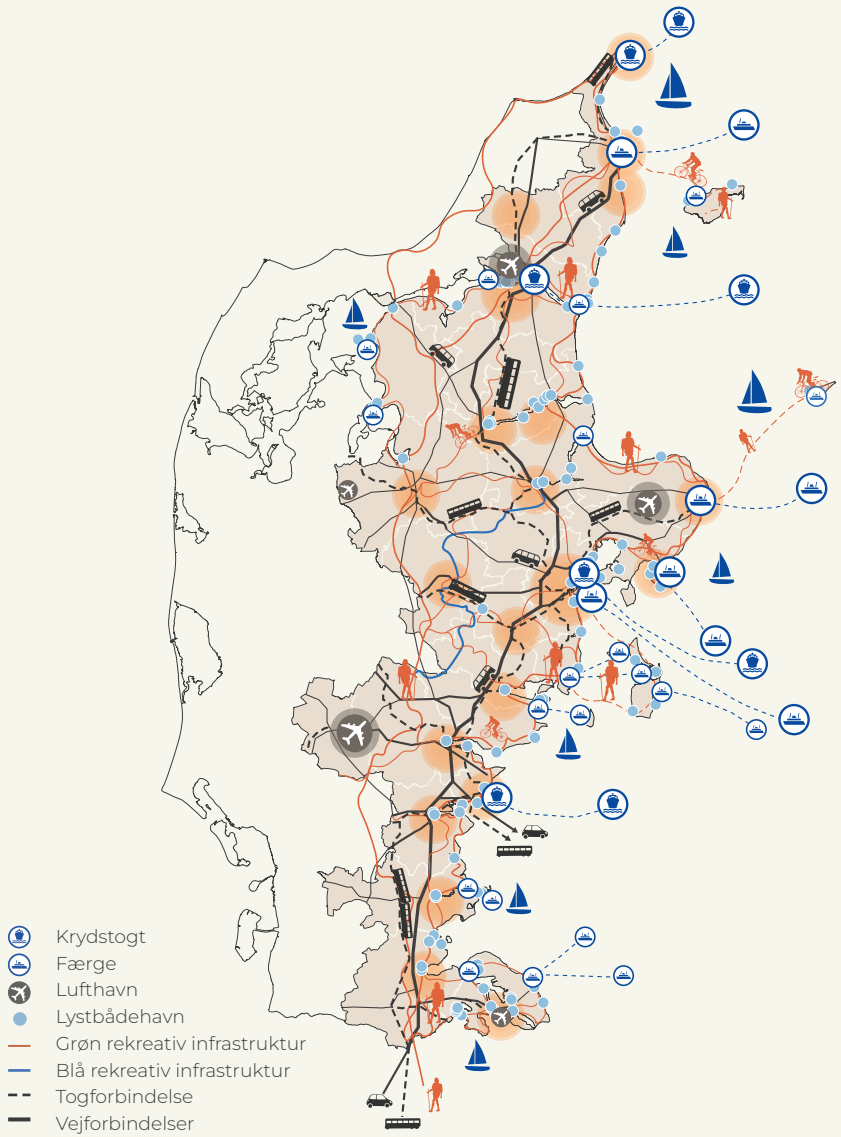


Illustration **Infrastruktur og adgang**

STYRKEPOSITION

STORBY- OG ERHVERVSTURISME

Aarhus og Aalborg udgør storbyer og fungerer sammen med Trekantområdet som drivkraft for erhvervsturismen. Disse udgør en styrke ved:

- **Kapacitet for erhvervsturisme:** Jyllands Østkyst har med Aalborg, Aarhus og Trekantområdet kapacitet for erhvervsturisme. I de tre områder er det blandt andet de anerkendte vidensmiljøer, som gør dem til naturlige omdrejningspunkter for netværksmøder, konferencer og erhvervsrejser. Erhvervsturismen udgør 9,7 mia. kr. af turismeforbruget på Jyllands Østkyst, svarende til 25 %. Aarhus står for 2,6 mia. kr., Aalborg for 1,3 mia. kr. og en koncentration, der består af byerne Vejle, Kolding, Fredericia og Billund i Destination Trekantområdet for 2,3 mia. kr. I disse områder udgør erhvervsturisme over 30 % af forbruget. Erhvervsturismens forbrug stammer primært fra det danske marked, der udgør 80 %. Det er ufleksibelt og risikabelt, og dansk forbrug skaber mindre samfundsværdi end udenlansk forbrug. Der bør etableres et tættere samarbejde mellem de tre områder for at fokusere på det internationale marked og styrke erhvervsturismen.
- **Stærk geografisk dækning og tilgængelighed:** Områderne dækker Nord, Midt og Syd på Jyllands Østkyst og danner en sammenhængende akse for erhvervsturisme. De er godt forbundet via motorveje, jernbaner og lufthavne, hvilket giver nem adgang nationalt og internationalt.
- **Dynamo for helårsturisme:** Storby- og erhvervsturister er attraktive på grund af deres høje forbrug på overnatning, deres bidrag til levende byer samt deres evne til at sprede gæsterne på flere ugedage og udenfor højsæsonen. Deres døgnforbrug er betydeligt højere end kyst- og naturturisters. Storbyturisters døgnforbrug er 1.700 DKK (danske) og 2.100 DKK (udenlandske). Erhvervsturister bruger 3.300 DKK (udenlandske) og 2.300 DKK (danske). Storby- og erhvervsturismen fungerer som dynamoer for helårsturismen.

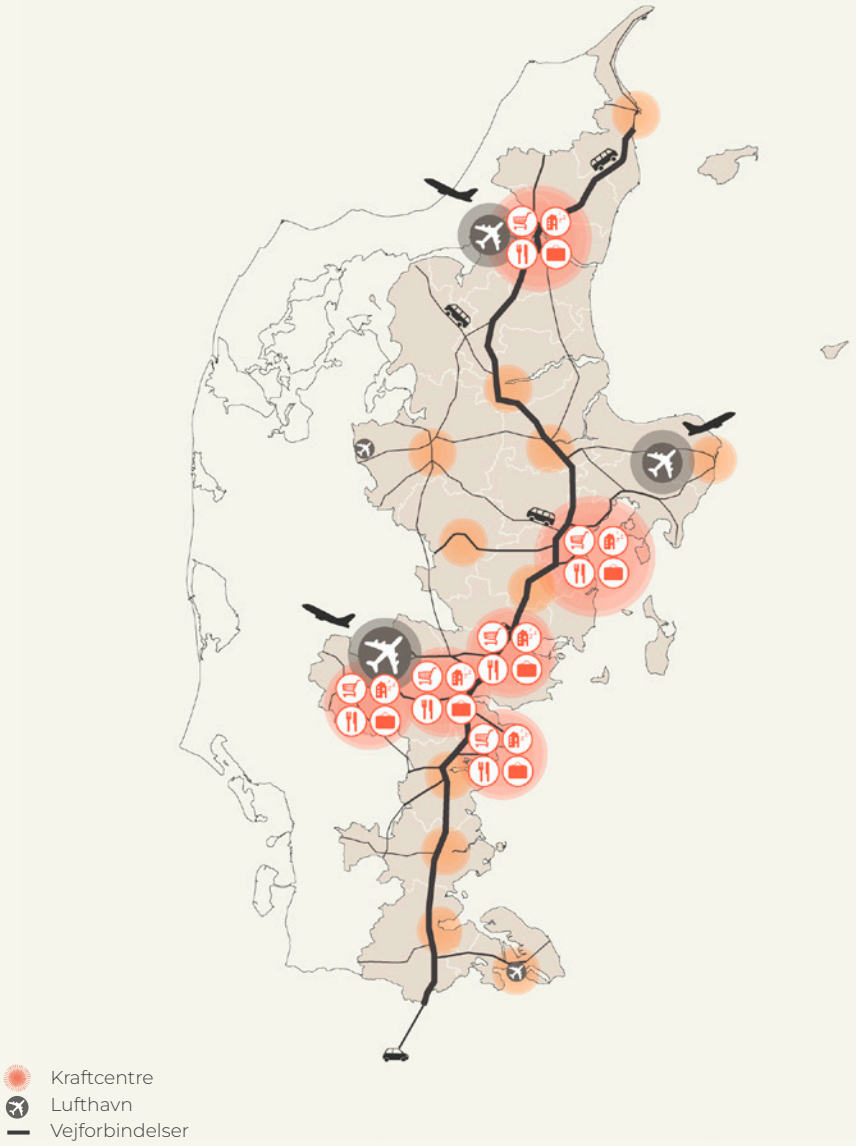


Illustration **Storby- og erhvervsturisme**

KAPITEL 3

STRATEGISK RAMME

Udviklingspotentialet for bæredygtig turisme på Jyllands Østkyst er stort, og ambitionerne er tilsvarende høje. Frem mod 2030 skal geografien udvikles med fokus på økonomiske, sociale og miljømæssige perspektiver. I det følgende præsenteres vision, udviklingsprincipper, mål og målepunkter, som samlet beskriver udviklingen for Jyllands Østkyst.



DEN BLÅ BRO, RANDERS
Foto © Francesca Dolnier, VisitAarhus

JYLLANDS ØSTKYST

VISION 2030

Turismen på Jyllands Østkyst er i balance med lokale natur- og kulturværdier og bidrager til økonomisk vækst, arbejdspladser, livskvalitet og levende lokalsamfund.

STRATEGI

MÅL OG MÅLEPUNKTER

TURISMEN SKABER ØKONOMISK VÆKST

Turismen skaber økonomisk vækst i turismeerhverv og andre brancher. Jyllands Østkyst arbejder på at udgøre en sammenhængende og konkurrencedygtig destination i både dansk og international turisme.

I 2030 spiller turismen på Jyllands Østkyst en væsentlig national rolle med:

- 30 % af det nationale turismeforbrug.
- 30 % af det nationale antal turismeovernatninger.

TURISMEN BIDRAGER TIL BÆREDYGTIG SAMFUNDSUDVIKLING

Turismens bidrag til samfundsudvikling omhandler arbejdspladser og positiv udvikling i bosætning og levende lokalsamfund i landdistrikter. Turismens bidrag til bæredygtig samfundsudvikling måles på årsværk og inklusion af marginaliseret arbejdskraft.

I 2030 bidrager turismen på Jyllands Østkyst med:

- 30 % af de nationalt skabte turismeårsværk.
- 15 % i lønnet beskæftigelse efter løntilskud og praktik.

TURISMEN STYRKES GENNEM SAMMENHÆNGENDE INVESTERINGER

Investeringer i turismen er prioriteret i kommunerne gennem budgetter, ressourcer og plangrundlag. Investeringer tilgodeser både borgere og gæster og finansieres i samarbejde mellem kommuner og private og filantropiske investorer.

TURISMEN ER TYDELIG I KOMMUNALE STRATEGIER OG FYSISKE PLANER

Der er 10 % turisme i kommunale planer og strategier. Det gælder blandt andet byudvikling, landdistriktsudvikling og etablering af klimasikring.

I 2030 er turisme en integreret del af den kommunale politik og planlægning og alle kommuner har :

- Turismestrategisk redegørelse.
- 10 % turisme i planer og strategier.

VI SAMARBEJDER KONSTRUKTIVT

Samarbejdet mellem destinationsselskaber, kommuner, aktører samt private og offentlige interessenter er stærkt og driver i fællesskab udviklingen af Jyllands Østkyst.

Det tværgående samarbejde omfatter:

- Årligt turismeseminar for Jyllands Østkyst.
- I 2030 er der et stærkt kommunalt samarbejde omkring turismen på Jyllands Østkyst.



AARHUS Ø
Foto © Jakob Vingtoft, VisitAarhus

5 KERNEUDFORDRINGER

Identifikation af geografiens styrkepositioner dækker over en række kerneudfordringer, som skal håndteres for at sikre bæredygtig udvikling af turisme på Jyllands Østkyst. De fem kerneudfordringer er gældende for geografien som helhed og afspejles i strategiens mål og målepunkter. Der vil være lokale variationer på tværs af geografien, hvilket betyder, at de nævnte kerneudfordringer imødekommes med forskellig vægtning i fra sted til sted.

1 **Turismens økonomiske betydning** på Jyllands Østkyst er reelt faldende, og andelen på Jyllands Østkyst ligger under niveauet for regionerne og landet som helhed. Den turismeskabte værditilvækst på Jyllands Østkyst ligger med **2,7 % under landsgennemsnittet** på 3,1 %. Det betyder, groft sagt, at turismen på Jyllands Østkyst er dårligere til at skabe overskud til løn og profit i de enkelte virksomheder. Det ses også i **beskæftigelsestallene**, hvor turismens andel af den samlede beskæftigelse i Danmark er 4,6 % i 2022, er den på Jyllands Østkyst **3,6 %**. Det kan på den korte bane have negative konsekvenser for turismeerhvervet, og på længere sigt kan det medføre en svigtende opmærksomhed og investeringslyst fra såvel offentlige som private investorer.

2 **Fordelingen mellem ferie- og erhvervsturisme** er markant, idet ferieturismen står for et samlet forbrug på **29,2 mio. kr.** svarende til hele **75 % af turismeforbruget** på Jyllands Østkyst. Erhvervsturismen har den største andel i **Aalborg**, **Aarhus** og **Trekantsområdet**, mens betydningen i øvrige områder er spredt og beskeden. Fremtidige satsninger for såvidt angår markedsføring, kapacitetsudvikling og prioritering af områder for erhvervsudvikling bør koncentreres, så den sker i forbindelse med de områder, hvor erhvervsturisme allerede har et stærkt fundament.

3 **60 % af overnatninger kommer fra ét marked, det danske**, og **40 % fra de udenlandske markeder**. Målt på forbrug er **64 % fra danske gæster**, og **36 % fordelt på de udenlandske markeder**. For erhvervsturisme er billedet endnu mere markant, idet **80 % af erhvervsturismen er dansk**. Det er ufleksibelt og risikabelt, og dansk forbrug skaber mindre samfundsværdi end udenlandsk forbrug.

4 **Hoteller, feriehuse og campingpladser** står for den største del af den kommercielle overnatning. Jyllands Østkyst ligger under landsgennemsnittet på turismeforbrug i forholdet mellem kommercielle og ikke kommercielle overnatninger. **Danmark har 64 % kommercielle**, mens **Jyllands Østkyst har 59 %**. Udnyttelsen af **feriehuse** som overnatingsform er **13 % på Jyllands Østkyst** mod landsgennemsnittets 18 %. Udnyttelsen af værelser på hoteller og feriecentre ligger samlet for Jyllands Østkyst på 55,5, hvilket er under landsgennemsnittet på 58,3. Det betyder, at Jyllands Østkyst har væsentlig mindre udnyttelse af feriehuskategorien end andre områder i Danmark, hvorved området går glip af et meget stort potentiale.

5 **Turismeforbruget** på Jyllands Østkyst udgør omkring **en fjerdedel** af det samlede nationale turismeforbrug. Hvis ambitionen er, at turismen skal spille en samfundsmæssig rolle på Jyllands Østkyst og være en væsentlig faktor i dansk turisme, så skal ambitionsniveauet øges markant, og der skal tilsvarende sættes ind med både kortsigtede og langsigtede modeller, for at billedet kan ændres. **Målet er, at Jyllands Østkyst skal gå fra 25 % til 30 % af det samlede danske turismeforbrug**.



MØNSTED KALKGRUBER
Foto © Francesca Dolnier, VisitAarhus

STRATEGISK RAMME

JYLLANDS ØSTKYST 2030

Jyllands Østkyst skal positioneres som en fremtrædende og stolt bæredygtig turismedestination. Jyllands Østkyst skal være en attraktiv destination for nationale og internationale gæster og dermed give et positivt bidrag til samfundsudviklingen ved at skabe økonomisk vækst i turismesektoren samtidigt med, at der skabes yderligere arbejdspladser og balanceret brug af naturen.

Bæredygtig udvikling af turisme sigter mod, at Jyllands Østkyst skal være en fremtrædende turismedestination, der er et attraktivt rejsemål for nationale og internationale gæster uanset rejsemotiv. Dermed vil turismen give et positivt bidrag til samfundsudviklingen gennem økonomisk vækst i turismeerhverv, transport, detailhandel, kultur og oplevelsestilbud og i servicevirksomheder. Bæredygtig udvikling af turisme på Jyllands Østkyst omfatter hensyn i brugen af naturen, udvikling af områder, udnyttelse af eksisterende bygninger og arealer samt ansvarlig anvendelse af naturområder, som del af det samlede turismeudbud. Endelig omfatter bæredygtig turismeudvikling forståelse for og hensyn til levende lokalsamfund, hvor blandt andet (rekreativ) infrastruktur, indkøbsmuligheder og lokale jobs bidrager til at understøtte bosætning i området.

Der er et stærkt vækstpotentiale ved at koncentrere planlægning og efterfølgende investeringer i at udnytte de styrker, der allerede findes og iværksætte indsatser, der målrettet kan imødekomme de barrierer, der ville kunne hindre vækst og udvikling. Derfor skal *Udviklingsplan Jyllands Østkyst* tage afsæt i de seks identificerede styrkepositioner og tage højde for de fem kerneudfordringer, som den forudgåede analyse fremhæver. Både styrkepositioner og kerneudfordringer har forskellig vægt og betydning fra sted til sted, ligesom de initiativer, der skal iværksættes, vil variere fra destination til destination og fra kommune til kommune.

Den bæredygtige udvikling skal ske i et tæt samarbejde mellem destinationer, kommuner, offentlige og private aktører samt gæster og lokale borgere. Sammen skal offentlige og private aktører drive udviklingen mod fælles mål, hvor hensynet til bæredygtighed går hånd i hånd med fremme af samfundsudvikling på tværs af by, land og kyst.

Dette integrerede samarbejde skal sikre, at turismeudviklingen aktivt bidrager til en styrket samfundsmæssig sammenhængskraft på tværs af geografien. Turismeudviklingen af Jyllands Østkyst skal således skabe langsigtede muligheder for både Jyllands Østkyst, borgere og turister.

Turismeudviklingen og en økonomiske vækst på Jyllands Østkyst handler derfor ikke alene om at skabe udvikling i turismeerhvervet i form af at tiltrække flere turister, men om udvikling af en hel geografi, der er attraktiv at bosætte sig i og at besøge. Investeringerne skal videreføre den positive spiral og sikre en bæredygtige samfundsudvikling af Jyllands Østkyst frem mod 2030.

STRATEGISK RAMME

UDVIKLINGSPRINCIPPER

Som en del af den strategiske ramme indgår de seks udviklingsprincipper: Koncentrer udviklingen, benyt og beskyt, styrk lokale særkender, øg kvaliteten, tænk i flere sæsoner og sammentænk investeringer.

De seks udviklingsprincipper er defineret af Dansk Kyst- og Naturturisme. Principperne er retningsgivende for en bæredygtig udvikling, og der er flere eksempler på, at disse udviklingsprincipper har positiv betydning for realisering af udviklingsplaner på en måde, der gavner forretningspotentialet, destinationens tiltrækningskraft og samspil med lokalbefolkningen.

Udviklingsprincipperne er blevet til i en iterativ proces gennem flere udviklingsplaner. Første gang i forbindelse med den første turismeudviklingsplan UDVIKLINGSPLAN FOR VESTKYSTEN (2018). Udviklingsprincipperne er efterfølgende benyttet i UDVIKLINGSPLAN SJÆLLAND OG ØERNE (2020), UDVIKLINGSPLAN FOR TURISMEN PÅ BORNHOLM FREM MOD 2030 (2022) og UDVIKLINGSPLAN FYN OG ØERNE (2023)

- KONCENTRER UDVIKLINGEN
- BENYT OG BESKYT
- STYRK LOKALE SÆRKENDER
- ØG KVALITETEN
- TÆNK I FLERE SÆSONER
- SAMMENTÆNK INVESTERINGER

UDVIKLINGSPRINCIP
KONCENTRER UDVIKLINGEN

Koncentrer udviklingen omkring byer og steder med tiltrækningskraft, kapacitet og rekreative kvaliteter. På den måde sikres kritisk masse af overnattende gæster og dagsgæster. Udviklingsstederne omfatter turisme-hotspots, fx kystbyer, der allerede har et stort antal gæster i højsæsonen, centrale byer, der rummer typiske oplevelsesbaserede aktiviteter som events, restauranter, overnatningskapacitet, kulturtilbud og attraktive bymiljøer, samt naturområder, der byder på rekreative oplevelser som fx Hærvejen og Nationalpark Mols Bjerge, kulturarv, lokale fødevarer eller cykelruter. I denne sammenhæng skal det store omfang af uudnyttet kapacitet indtænkes, for her er mulighed for at opbygge øget kritisk masse ved bedre udnyttelse af eksisterende kapacitet, der øger belægningsgraden og turismetætheden og gennem investeringer i ny, markedsrelevant kapacitet.



Foto © Jesper Grønnemark


Foto © Destination Himmerland


Foto © Ree Safari Park

CASE **BILLUND**

Billund er et fyrtårn for oplevelser og tiltrækker årligt mere end 2 mio. gæster. Med udgangspunkt i en stærk virksomhed, LEGO® (og efterfølgende LEGOLAND®) har området samlet nye spændende virksomheder. Lalandia, WOWpark, LEGO® House og andre har etableret sig i området og gjort en mindre provinsby til et mekka for børnefamilier fra både nær og fjern. Selvom Billund ikke ligger ved vandet, tiltrækker den høje koncentration af virksomheder og den internationale lufthavn et stort antal turister til området.

CASE **RINGBORGEN AGGERSBORG**

Aggersborg er den største af vikingetidens fem ringborge. I 2023 blev Aggersborg officielt optaget på UNESCOs verdensarvsliste. I de kommende år vil der ske en udvikling af området omkring Aggersborg og Aggersund, idet der både iværksættes en kommunal by- og områdefornyelse og et privat udviklingsprojekt med blandt andet bytorv, parkeringspladser, busstoppesteder, lade- og tankstationer. En koncentreret udvikling omkring Aggersborg med fokus på vikingetidens kulturarv vil styrke hele området.

CASE **DJURSLAND**

Det centrale Djursland udvikles efter en plan, der tager udgangspunkt i målsætningen om at udbrede effekten af det turismemæssige kraftcenter, der allerede er i området omkring Nimtofte, der rummer store attraktioner som Djurs Sommerland og Lübker Golf og Spa Resort. Ambitionen er at udvikle området, så det også er attraktivt uden for højsæsonen. Derfor arbejdes der med at løfte sammenhængene og kvaliteten, at øge overnatningskapaciteten, at udvide sæsonen og skabe nye udflugtsmål.

UDVIKLINGSPRINCIP
BENYT OG BESKYT

Beskyt og benyt kultur- og natur oplevelser på Jyllands Østkyst ved at sikre adgang, tilgængelighed og formidling samtidig med, at naturkvaliteter og kulturarvsmiljøer bevares. I en mosaik af oplevelser er kulturarvens vikinge-, herregårds-, handels- og industrihistorie forbundet med naturen og kulturlandskabet på Jyllands Østkyst. Formidling, wayfinding, rekreative forbindelser og faciliteter skal bidrage til at tilgængeliggøre og beskytte kulturarv og natur og skal designes sådan, at der også sikres en spredning af gæsterne, hvormed belastning af sårbare steder minimeres. Initiativer omkring benyttelse sker både i byerne og i det åbne land, og begge steder skal aktiviteter og fysiske anlæg understøtte bedre forhold for naturen i både land- og vandmiljøer, imødekomme behovet for klimatilpasning og øge oplevelsesværdien af Jyllands Østkysts mangfoldige naturområder.


Foto © VisitFredericia


Foto © Nicolas Cho Meier


Foto © Hærvejen.dk

CASE **NATURPARK LILLEBÆLT**

Naturpark Lillebælt ligger i et tæt befolket område med Middelfart, Fredericia og Kolding som de vigtigste byer. Området har også en række hoteller, feriehuse og campingpladser. For at gøre vandet mere tilgængeligt tilbyder Naturpark Lillebælt forskellige aktiviteter, såsom sejlture og marsvin-lyttestationer. En udfordring i Lillebælt er iltmangel, og dette er noget, som Naturpark Lillebælt fokuserer på i arbejdet med regenerativ turisme. Her inviteres turister til at bidrage til forbedringen af naturen, blandt andet ved at plante ålegræs.

CASE **LILLE VILDMOSE**

Lille Vildmosecentret kombinerer "benyt og beskyt" som en central del af sin formidling. Få steder i Danmark ses en mere aktiv stillingtagen til at skabe gode lærerige oplevelser for borgere og turister som i Lille Vildmose. Her sælges oplevelser til turister og børn fra skoler og institutioner, og dette sker samtidig med, at der er taget aktiv stilling til at beskytte natur og fortælle gæster, hvorfor natur er værd at beskytte. Lille Vildmose ejes af Aage V. Jensens Fond og arbejder med beskyttelse og benyttelse af naturen som et aktivt og bevidst valg.

CASE **HÆRVEJEN**

Gennem mange år har Hærvejen levet en hensygnende tilværelse som turismeprodukt med et begrænset antal gæster og uden stor mediebevågenhed. Gennem kommuner og fonde er der allokeret ressourcer til at etablere et sekretariat og udvikle stærke wayfinding-elementer, nyt design og tydelig kommunikation. Om 5-10 år vil Danmark have et nyt og stærkt turismeprodukt, der skaber arbejdspladser, skatteindtægter og stolthed i de 15 kommuner, som Hærvejen strækker sig igennem, heraf flere som ikke er traditionelt store turismeområder.

UDVIKLINGSPRINCIP
STYRK LOKALE SÆRKENDER

Lokale særkender er en del af den mosaik, der kendetegner Jyllands Østkyst: markante landskabelige træk som fjorde, åer, skove og kyststrækninger og rummelige bystrukturer omkring købstæder, kystbyer og oplandsbyer. Jyllands Østkyst er tillige kendetegnet ved korte afstande mellem byer, attraktioner, natur og kultur, hvilket støttes af den stærke infrastruktur i form af vejnet, jernbaner, havne, lufthavne og stisystemer.

Den markante kulturarv, især i form af vikingernes spor, købstædernes historiske bymiljøer, industrielle bygværker og herregårdslandskaber, udgør en central styrke i geografiens udvikling. Der er et potentiale for at opdyrke, udvikle og sikre levende lokalsamfund og kulturmiljøer, som vil være en del af de autentiske turismeprodukter med lokal særegenhed og stolthed.


Foto © Gendarmstien


Foto © Østre Søbad (2020), Aarstiderne Arkitekter. Photographer: Mads Gregersen


Foto © Mette Johnsen

CASE **GENDARMSTIEN**

Gendarmstien i Sønderjylland har sit navn af en grund. Det var på denne sti bevæbnede gendarmer patruljerede. Det giver et særkende, at Gendarmstien kun kan være på dette bestemte sted, fordi det ikke er et opfundet brand, men et stedspecifikt brand. At fremhæve lokale særkender på denne måde er stærkt og autentisk. Det skaber lokal stolthed og tiltrækningskraft i forhold til turister. I dag kommer gæster til Sønderjylland for at gå Gendarmstien, og for folk med interesse for vandring, er det et stærkt brand.

CASE **SILKEBORG - DANMARKS OUTDOOR HOVEDSTAD**

Der har altid være pænt omkring Silkeborg. Smukke søer, vidtstrakte skove og en hyggelig bymidte har gjort Silkeborg til et attraktivt sted at besøge. Men med et brand som Danmarks Outdoor Hovedstad, har Silkeborg skabt en knivskarp fortælling, der rammer de mange mennesker, der også ønsker at være aktive i naturen. Silkeborg har udråbt sig selv som Danmarks Outdoor Hovedstad, og denne position giver tydelighed både internt i kommunen og udadtil over for gæster og virksomheder, der interesserer sig for outdoor-aktiviteter.

CASE **SKAGEN OG GRENEN**

Få steder i Nordeuropa kan vi finde fyrtårne, hvor de lokale særkender står tydeligere end på Grenen. Stedet er unikt. To have mødes, og det er spektakulært at opleve. De to have er årsagen til det særlige lys, der i mere end hundrede år har tiltrukket gæster og kunstnere. Naturen er spektakulær og giver mulighed for enestående aktive naturoplevelser og nydelsesfulde kulturoplevelser på Skagens Museer. Skagen udnytter de lokale særkender og er et stærkt brand i toppen af Jyllands Østkyst.

UDVIKLINGSPRINCIP
ØG KVALITETEN

Øg kvaliteten gennem investeringer både i nye markedsrelevante turismeprodukter, i turismeinfrastruktur som by-, natur- og kulturmiljøer, i attraktioner og i overnatningskapacitet. Turismevækst på Jyllands Østkyst handler om kvalitetsløft, bedre udnyttelse af eksisterende kapacitet og om højere døgnforbrug. Øget kvalitet vil bidrage til bæredygtig turismeudvikling gennem højere omsætning, bedre udnyttelse af kapacitet og flere helårsbeskæftigede. Et kvalitetsløft i oplevelser omfatter både generel service, men også indhold og form i formidling af den rige kulturarv, de lokale særkender og særlige naturområder. Udvikling af kernefortællinger og kommercialisering af formidling vil bidrage til øget kvalitet i gæsternes oplevelser.


Foto © Nordals Resort


Foto © Destination Himmerland


Foto © Danske konferencesteder

CASE **CENTER PARCS NORDBORG RESORT**

Det nye resort, der i disse år bliver skabt på Als, bliver en drivkraft for turisme i hele Sønderjylland. Når tusindvis af gæster søger mod Nordals, vil det påvirke samfundsudviklingen med øget skatteprovenu, arbejdspladser, flere gæster på nærliggende attraktioner, kunder i detailhandel og på restauranter. Center Parcs Nordborg Resort bygges med en høj kvalitet, og det vil tiltrække gæster med højere dagsforbrug. Gæsterne vil bruge penge på steder, der leverer høj kvalitet. Resortet vil hæve kvaliteten i hele området, fordi det sætter en høj standard.

CASE **FJORDBOBLER**

Fjordbobler er glamping-telte på campingpladsen i Mariager. De har en høj standard i alt fra design og indretning til indholdet i minibaren. De er et særligt produkt, som gæsterne ofte tager fotos af og deler på sociale medier. Succesen er skabt, fordi Fjordboblerne er gennemførte og af høj kvalitet. De er bygget på den del af campingpladsen, hvor der ellers var dårlige pladser for campingvogne og autocampere. De ligger længst væk fra vandet, men er hævet, så de har udsigt. 'Kvalitetsløft med jysk snusfornuft' vil være en god overskrift for Fjordboblerne.

CASE **FÆNGSLET**

Horsens Statsfængsel som turistfyrtårn ville nok have lydt ret underligt for 30 år siden. Dengang husede Fængslet nogle af Danmarks farligste kriminelle. Omdannelse af dette lidet attraktive sted til en turist- og kulturattraktion er noget af en bedrift. Fængslet er i dag områdets største turistattraktion målt på besøgstal. Det er et lokalt fyrtårn af høj kvalitet, der fungerer som museum, spisested, konferencested og koncertvenue og tiltrækker gæster både ude og inde året rundt.

UDVIKLINGSPRINCIP
TÆNK I FLERE SÆSONER

Tænk i flere sæsoner og udnyt ledig kapacitet i Jyllands Østkyst til at øge antallet af overnatninger og endagsbesøg. Jyllands Østkyst tilbyder, med sine stærke bymiljøer let tilgængelighed og bæredygtige transportmuligheder, et potentiale til at øge turisme uden for højsæsonen, særligt i foråret. Sæsonudvidelse kan både omhandle udnyttelse af den overnatningskapacitet, der ligger i kystbyer og kystnære områder, men også i den kapacitet, der er knyttet til byerne. Sæsonudvidelse skal ske uden at nedprioritere sommersæsonen, hvor der også flere steder er ledig kapacitet. Erhvervsturisme er vigtig både på grund af det høje døgnforbrug og på grund af målgruppens tidsmæssige forskydning i forhold til ferieturismen.

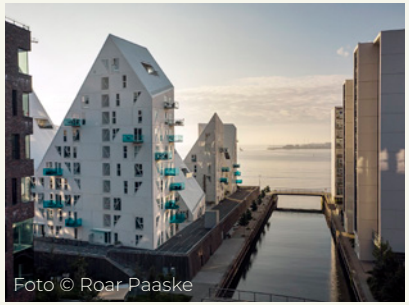


Foto © Roar Paaske


Foto © Hotel Vejlefjord Kur og Spa


Foto © Destination NORD

CASE **ERHVERVSTURISME I AARHUS**

Erhvervsturisterne er om noget med til at fylde hotelværelser året rundt og skabe omsætning. I Aarhus bidrager erhvervsturismen med mere end 40 procent af den samlede turismeomsætning og er en væsentlig årsag til, at flere hotelkæder har rettet blikket mod byen, som derfor får 1000 nye hotelværelser fra 2026. Erhvervsturismen er med til at drive udviklingen i Aarhus via omsætning fra erhvervs- og mødeturisternes høje døgnforbrug. Samtidig fylder denne type turister i hverdagene og udenfor højsæsonen og bidrager således til helårsturisme.

CASE **HOTEL VEJLEFJORD**

Hotel Vejlefjord var hotel med konferencer, overnatning og restaurant. Det gav en omsætning fra mandag til torsdag, men også tomme lokaler og værelser fra torsdag til søndag. Hotel Vejlefjord blev derfor udvidet med en stor spaafdeling, så stedet kunne tiltrække andre gæster i weekenden ved at tilbyde noget særligt. Nu er Hotel Vejlefjord kåret til årets spa-hotel tre gange, og en meget stor del af forretningen ligger i weekenden. Det er en spændende måde at tænke i flere sæsoner. For et hotel er en "sæson" måske weekender.

CASE **AALBORG ZOO**

Aalborg Zoo har til forskel fra mange andre børnefamilie-attraktioner åbent hele året. Det er en måde at adskille sig ved at fortælle gæsterne, at der altid er åbent. Der er nok flere gæster på nogle tidspunkter end andre, men er du i nærheden, ved du, at der er åbent. Det betyder, at denne attraktion har gæster hele året rundt og derfor også får indtægter på tidspunkter af året, hvor andre holder lukket. Med lysinstallationer, julelys og dekorationer skaber ZOO endnu en grund til at besøge parken - udenfor sommersæsonen.

UDVIKLINGSPRINCIP
SAMMENTÆNK INVESTERINGER

Sammentænk investeringer i infrastruktur, klimasikring, natur- og kulturmiljøer også inkluderer stærke turismeoplevelser. Investeringerne får en dobbelt effekt, da både borgere og gæster sætter pris på restauranter og caféer, indkøbsmuligheder, byrum, promenader, stiforløb og udkigsposter. Planlægning og investeringer skal både omfatte borgeres og gæsters behov gennem god wayfinding og formidling og ved at tilrettelægge byer, steder, aktiviteter og oplevelser, så der er plads til parkering og kommercielle aktiviteter af fast eller midlertidig karakter. Strategisk og rettidig dialog mellem turismeerhverv og kommuner vil også kunne være med til at sikre trafik til og drift af områder og dermed af investeringerne, sådan at de fortsætter med at være til gavn og glæde for borgere og gæster.



Foto © Kim Toft Jørgensen for Sønderborg Kommune



Foto © Jesper Maagaard



Foto © Jakob Vingtoft, VisitAarhus

CASE **SØNDERBORG HAVNEPROMENADE**

Få steder i Danmark har en så ensartet og sammentænkt plan som havnen i Sønderborg, hvor en gennemgående plan har sat rammen for hele promenaden. Planen sikrer et ensartet look og uhindret adgang for gående langs promenaden. Det betyder også, at funktioner på havnen er placeret sammentænkt og med god wayfinding for den ikke stedkendte besøgende. En væsentlig detalje er, at en del af havnepromenaden er lukket for trafik på bestemte tidspunkter af året for at skabe plads til events og servering.

CASE **DOMKIRKEKVARTERET VIBORG**

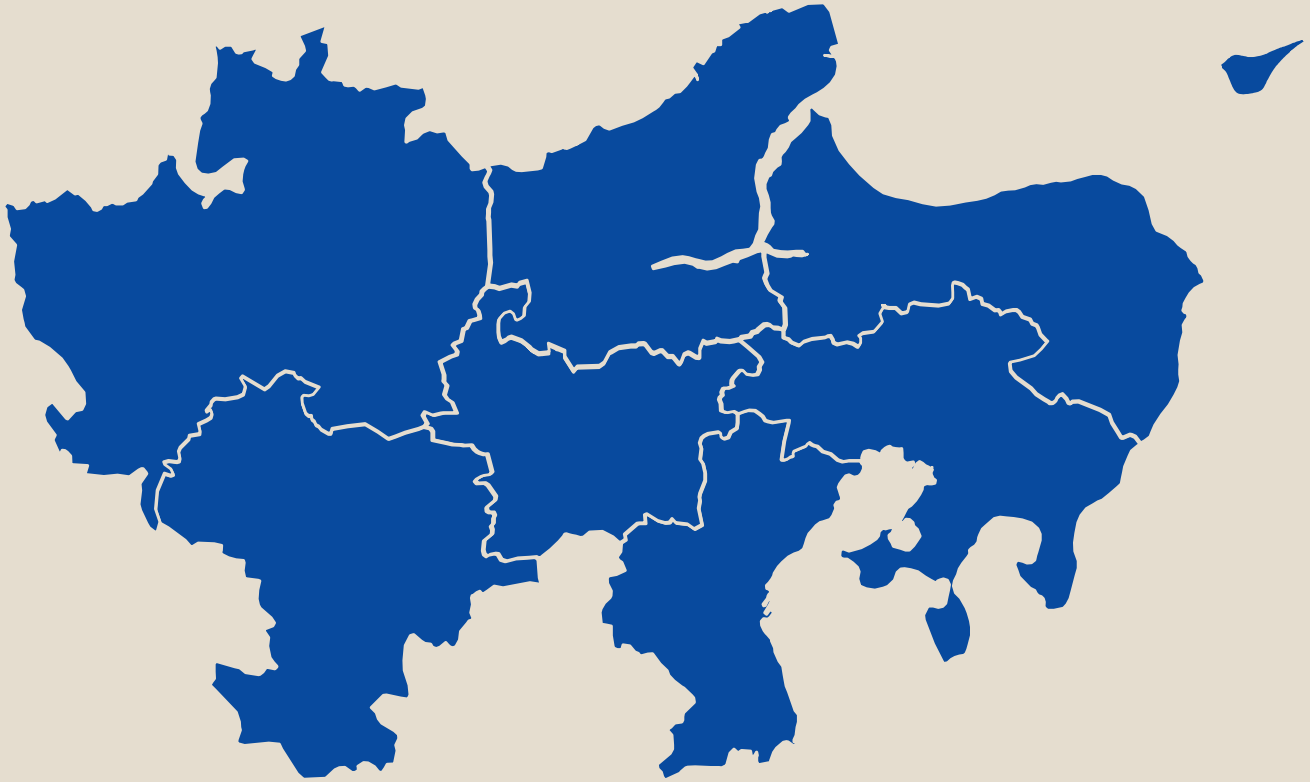
I Viborg samles fortællingen om Danmarks historie i et nyt kraftcenter centralt placeret midt i Viborg. Domkirkekvarteret fornyes for at samle områdets sevædigheder og skabe en samlet fortælling om Viborg. Udover en opdatering af byrum og pladser, så tæller projektet også et nyt velkomstcenter til rejsende på Hærvejen og åbning af Viborgs nye bymuseum, Museum Wibergis. Projektet drives af Viborg Kommune og støttes af A.P. Møller Fonden.

CASE **FLODBYEN RANDERS**

Vandet er det centrale samlingspunkt for byudviklingsprojektet Flodbyen Randers. Byens havn flyttes ud i fjorden og frigiver areal til nye formål, fx Danmarks første flodbad. Området forandres fra havneområde til en moderne og central bydel ved Gudenåens munding ved Randers Fjord. Randers Kommune og AP Ejendomme samarbejder om projektet, der også tager hånd om to af byens store udfordringer, som handler om klimatilpasning og trafikal infrastruktur. Og på den måde smelter attraktivt bymiljø sammen med klimatilpasning og naturforbedring.

KAPITEL 3

UDVIKLINGSPLAN **MIDT**



Udviklingsplan Midt **omsætter den strategiske ramme for hele Jyllands Østkyst til indsatsområder og tiltag for kommunerne i Aarhusregionen.**

Udviklingsplan Midt **dækker området Aarhusregionen og omfatter kommunerne Viborg, Randers, Favrskov, Silkeborg, Norddjurs, Syddjurs og Aarhus.**

UDVIKLINGSPLAN MIDT

INTRODUKTION

Den nationale strategi sætter mål om vækst på 22 % i turismeomsætning frem mod 2030, en stigning på 16 % i antal overnatninger og en bedre spredning af turisme over året. *Udviklingsplan Midt* dækker et område, der i 2023 kunne notere en turismeomsætning på ikke mindre end 14,5 mia. kr. Turismen skabte knap 13.000 jobs i området. Turismen i området har en generel stor betydning for helårsbeskæftigelse i både små og store byer. Områdets campingpladser, hoteller, feriehuse, feriecentre, vandrehjem og lystbådehavne lagde senge til 4,6 mio kommercielle overnatninger i 2023 og sommeren er den travleste sæson, idet de to sommermåneder juli og august tegner sig for 37 % af årets overnatninger.

Udviklingsplan Midt dækker et område, som indeholder Danmarks andenstørste by, Aarhus, med et stort udbud af kulturattraktioner, oplevelser og gastronomi i verdensklasse. Samtidig byder destinationen også på store naturoplevelser og et fyrværkeri af attraktioner indenfor kort afstand. Særligt Djursland er et mekka for børnefamilier med stor overnatningskapacitet og stærke attraktioner. Samtidig er naturen et stort trækplaster for gæster til Silkeborg, Randers, Viborg og til Nationalpark Mols Bjerge. Et andet særkende for destinationen er, at turismens tre forretningsområder, målt i omsætning, fylder stort set lige meget således, at erhvervsturismen er på størrelse med storbyturisme og kyst- og naturturisme. Der er en hovedvægt af danske gæster i området, og dertil kommer gæster fra mange lande, dog hovedsageligt Tyskland, Holland og Norge. Såvel de danske som de internationale gæster sætter pris på naturen, men også spændende og historiske bymiljøer, kulturtilbud samt mange events og attraktioner, der er med til at tiltrække gæster til området. Området kendetegnes også af større byer som Randers, Viborg og Silkeborg, der tiltrækker gæster på grund af byernes store udbud af kultur, restauranter, museer og shopping. Uden for byerne byder området på enestående naturoplevelser, der lægger op til aktive ferier som vandring, cykling og sejlads. Gudenåen og Søhøjlandet samt Mols Bjerge er blandt fyrtårnene for outdooroplevelser og kan både være elementer i ferien eller destinationen i sig selv.

Udviklingsplan Midt sigter mod at øge omsætningen, øge antallet af overnatninger og sprede belægningen i tråd med de nationale mål. For *Udviklingsplan Midt* betyder de nationale mål, at **turismeomsætningen skal stige med 3,2 mia. kr., og at antallet af overnatninger skal stige med 746.239 frem mod år 2030**. Målene kan blandt andet nås gennem øget kapacitet og gennem bedre udnyttelse af eksisterende kapacitet. Ved uændret belægningsgrad vil der være behov for en øgning af kapaciteten med 16 %. Bedre udnyttelse af kapaciteten - både den eksisterende og den nye - bidrager til målet om større spredning af overnatningerne over året.

En større spredning og udnyttelse af overnatningskapaciteten forudsætter, at der fortsat satses på storby- samt erhvervs- og mødeturisme, der i høj grad fylder kapaciteten udenfor højsæsonen og i ugedagene, samt at feriehuse og hytter er egnede til helårsbenyttelse, så en opgradering vil være påkrævet for mange enheder og væsentligst, at kapacitetsudbuddet på feriehuse til udlejning øges.

Spredning af gæster i Aarhusregionen over flere måneder forudsætter samtidig, at der er gode aktivitets- og oplevelsesmuligheder hele året. Og her tilbyder Aarhus, købstæderne og de større kystbyer en rig variation af museer, attraktioner, events og attraktive bymiljøer, der bidrager med at skabe 'reason to go' hele året.



MARSELISBORG SKOVENE
Foto © Roar Paaske, VisitAarhus

UDVIKLINGSPLAN MIDT

MIDT I TAL

KOMMERICELLE OVERNATNINGER



Midt (2023)

4,6 MIO.

De kommercielle overnatninger i *Midt* udgør **29 %** af de samlede kommercielle overnatninger på Jyllands Østkyst.

TURISMEFORBRUG / KR.

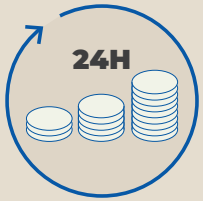


Midt (2023)

14,5 MIA.

Turismeforbruget i *Midt* udgør **35 %** af det samlede turismeforbrug på Jyllands Østkyst.

DØGNFORBRUG



Midt

1.100 KR.

Region Midtjylland

TURISMESKABTE JOBS



Midt (2022)

12.679

De turismeskabte jobs udgør i *Midt* **33 %** af de samlede turismeskabte jobs på Jyllands Østkyst.

Jyllands Østkyst (2023)

15,8 MIO.

Jyllands Østkyst (2023)

38,9 MIA.

Nord og Syd

1.350 KR.

Region Nordjylland

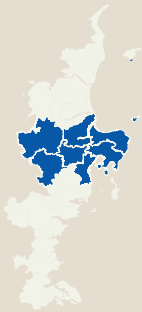
1.100 KR.

Region Syddanmark

Jyllands Østkyst (2022)

37.994

Kilder: Turismens Økonomiske betydning (2022), Turisternes Døgnforbrug (2022)



Areal / km²

5.465



Destinationsselskaber

1

VisitAarhus



Kommuner

7

Aarhus, Silkeborg, Favrskov, Randers, Viborg, Norddjurs og **Syddjurs**



Købstæder

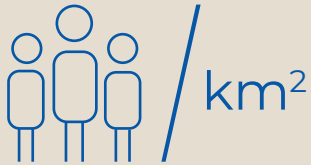
6

Aarhus, Silkeborg, Randers, Viborg, Grenaa og **Ebeltoft**



Indbyggere

803.150



Indbyggere / km²

147



Vandstrækning / km.

889

Fordelt mellem **472 km kystlinje** og **417 km sø- og vandløbsstrækning** (Vandløbsstrækninger med rolængde på mere end 10 km).



Skov- og naturareal

29 %

Fordelt mellem **68 % skov** og **6 % sø, 17 % eng/mose** og **9 % hede og overdrev.**

Kilder: Danmarks Statistik (2024M12), Byen Danmark, Danmarks Idrætsforbund (2019), Naturkapitalindeks (2020)

MIDT I TAL



Turismeforbrug

13,9

MIA. KR.



7,0

MIA. KR.
Kommercielle overnatninger

6,8

MIA. KR.
Endagsbesøg og ikke-kommercielle overnatninger



Antal feriehuse

19.296



Udlejningsgrad feriehuse

10

PROCENT

KOMMERCIEL OVERNATNING FORDELT PÅ FORSKELLIGE OVERNATNINGSTYPER I MIO. KR.:



Hotel/ferie

1.813



Hotel/forretning

1.560



Feriecenter

258



Camping

761



Vandrehjem

206



Lystbådehavne

117



Lejet feriehus

1.781



Lejet helårshus

502



Festival

0



Krydstogt

37

Data der fremgår af denne side er opgjort på baggrund af **Turismens Økonomiske Betydning, 2022.**

Kilder: Turisternes Døgnforbrug (2022), Turismens økonomiske betydning (2022)

UNESCO

2

Viborg (Creative Cities)
Hjarbæk Sjægtelaug (Immateriel kulturarv)

UNESCO-tentativliste

0

Top 300 attraktioner

38

Museer

28

Blandt **top 300 attraktioner**.

Oplevelsesparker

2

Blandt **top 300 attraktioner**.

Fjorde

1

Fjorde over 10 km: **Randers Fjord**

Naturparker

2

Naturpark Randers Fjord og **Naturpark Flyndersø**

Danmarks Naturkanon

1

Jernhatten og Mols Bjerge

Nationalparker

1

Nationalpark Mols Bjerge

Naturnationalparker

3

Naturnationalpark Fussingø, Naturnationalpark Kompedal og **Naturnationalpark Mols Bjerge**

Kilder: Attraktionslisten (2023), Danmarks Nationalparker, Danmarks Naturkanon, Danske Naturparker, Friluftsrådet, Naturnationalparker, UNESCO på Danmarkskortet, UNESCO tentativliste

INDSATSOMRÅDE 1

KRAFTCENTRE OG STÆRKE FERIESTEDER

Turisme spiller en betydelig samfundsmæssig rolle både i form af ferieturismen i de kystnære områder, endagsturisme i byerne samt erhvervsturisme. Turismelandskabet domineres af enkelte stærke feriesteder og kraftcentre. Det er de steder, der er mest markante for turisternes valg, og det er de steder, hvor udvikling af turisme bør koncentreres. Ved at koncentrere udviklingen i de identificerede stærke feriesteder og større sammenhængende kraftcentre skabes det bedste grundlag for at opnå den kritiske masse, der er nødvendig for erhvervets udviklingsmuligheder og investeringslyst, og samtidig betyder det, at turismen kan udbygges på en måde, der tager mest muligt hensyn til de naturarealer, som er med til at gøre feriesteder og kraftcentre attraktive.

I *Udviklingsplan Midt* er der tre turismemæssige kraftcentre, der hver især har stor betydning for området, en tydelig identitet og stor tiltrækning af gæster. I *Udviklingsplan Midt* udgør Djursland, Jyllands Grønne Hjerte og Storbyen Aarhus de udpegede kraftcentre. Kraftcentrene kendetegnes ved, at der er stor bredde i oplevelser, aktiviteter og udbud. Ofte er et kraftcenter ikke kun målrettet turister, men i lige så høj grad borgerne. Aarhus er fx et kraftcenter for hele regionen, men det er også et kraftcenter for turismen qua den store mængde overnatningskapacitet, kulturelle oplevelser, samt bredt udbud af shopping, restauranter mv. Et kraftcenter er en større geografi, som samlet set rummer både overnatningskapacitet, oplevelser og udbud som skaber turismemæssig værdi.

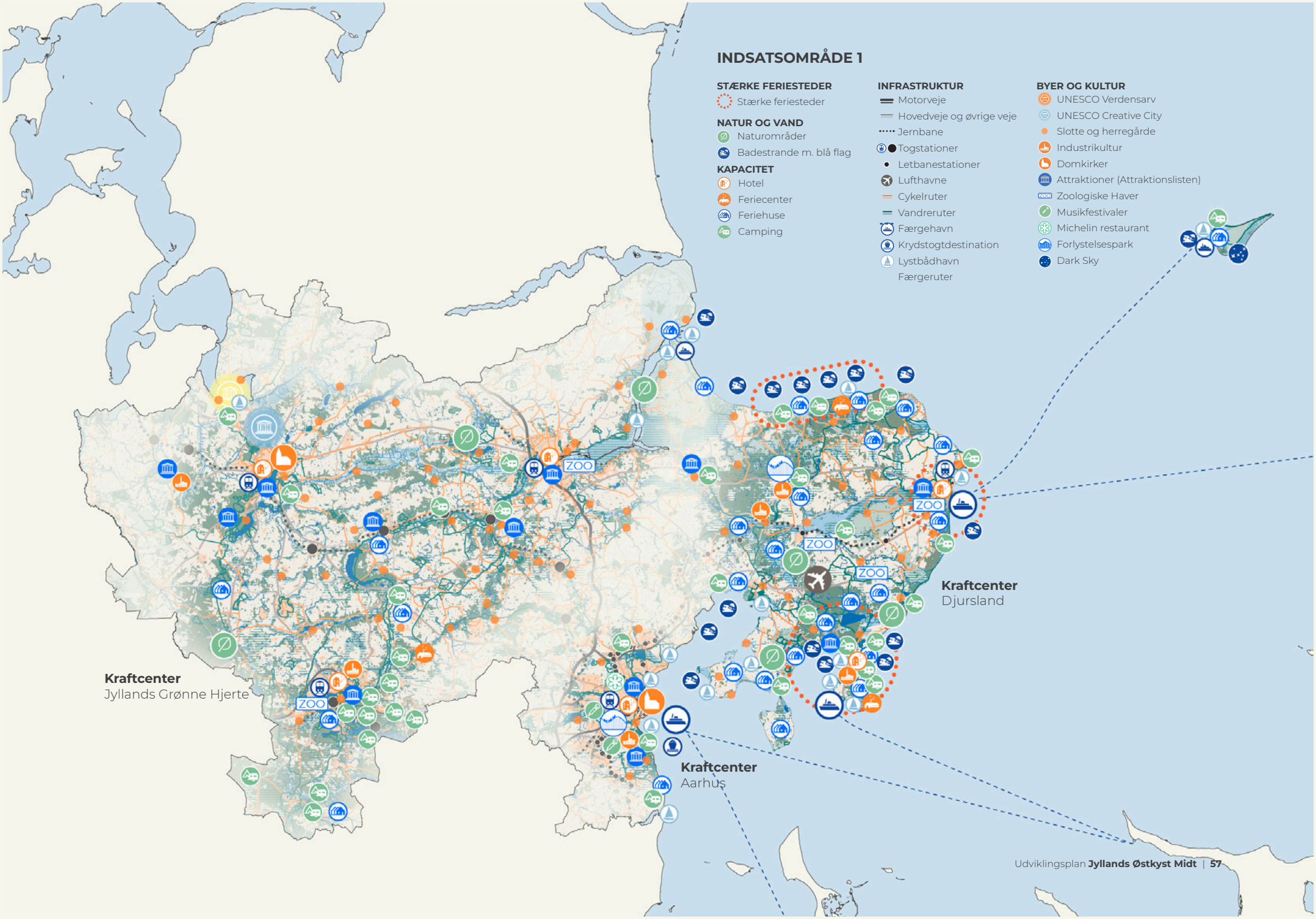
Stærke feriesteder skaber størstedelen af stedets økonomi igennem turismen, enten i primære eller sekundære brancher. De stærke feriesteder i *Udviklingsplan Midt* er Ebeltoft, Grenaa og Fjellerup-Bønnerup. De stærke feriesteder har i mange år været foretrukne feriesteder for danske og udenlandske turister og har bygget en solid brandfortælling, der understøtter turismeerhvervet.

TILTAG

1.1 STYRKET INFRASTRUKTUR I KRAFTCENTRE OG STÆRKE FERIESTEDER

1.2 LEVENDE LOKALSAMFUND

1.3 UDARBEJD STRATEGISK-FYSISKE UDVIKLINGSPLANER FOR KRAFTCENTRE OG STÆRKE FERIESTEDER


INDSATSOMRÅDE 1
STÆRKE FERIESTEDER
Stærke feriesteder
NATUR OG VAND
Naturområder
Badestrande m. blå flag
KAPACITET
Hotel
Feriecenter
Feriehuse
Camping
INFRASTRUKTUR
Motorveje
Hovedveje og øvrige veje
Jernbane
Togstationer
Letbanestationer
Lufthavne
Cykelruter
Vandreruter
Færgehavn
Krydstogtdestination
Lystbådhavn
Færgeruter
BYER OG KULTUR
UNESCO Verdensarv
UNESCO Creative City
Slotte og herregårde
Industrikultur
Domkirker
Attraktioner (Attraktionslisten)
Zoologiske Haver
Musikfestivaler
Michelin restaurant
Forlystelsespark
Dark Sky
ZOO
Kraftcenter
Djursland
Kraftcenter
Jyllands Grønne Hjerte
Kraftcenter
Aarhus

KRAFTCENTRE OG STÆRKE FERIESTEDER

KRAFTCENTRE

- JYLLANDS GRØNNE HJERTE
- AARHUS
- DJURSLAND

STÆRKE FERIESTEDER

- EBELTOFT
- FJELLERUP OG BØNNERUP
- GRENAA

KRAFTCENTRE

Kraftcentre er afgrænsede geografiske områder, som har væsentlig betydning for turismen i en større geografi. De kan både rumme feriesteder, større byer eller særlige natur og kulturkvaliteter. Kraftcentrene har en væsentlig turismeøkonomi, herunder mange internationale overnatninger, en større koncentration af differentieret overnatningskapacitet, samt markante oplevelsesmæssige kvaliteter. Turismen i et kraftcenter er en markant prioritet hos kommunen, og en udpegning som kraftcenter forpligter til en fortsat prioritering og investering i turismens udvikling i geografien.

STÆRKE FERIESTEDER

Et stærkt feriested er et mindre sted eller en by, hvor stedets erhvervsprofil er rettet imod turisme som den væsentligste drivkraft for erhvervsudvikling i området. Et stærkt feriested kan bestå af en bykerne eller havn med stor koncentration af overnatningskapacitet i nærgeografien, en stærk turismeprofil og identitet, en veludbygget turismeinfrastruktur samt store natur, kultur og attraktionsmæssige kvaliteter. Udvikling af feriestedets turismeerhverv er prioriteret af kommunen, og der er ambitioner for fortsat vækst og udvikling af feriestedet.



RANDERS OG GUDENÅEN
Foto © Jakob Vingtoft, VisitAarhus



HØJE STENE OG GUDENÅEN

Foto © Roar Paaske, VisitAarhus

KRAFTCENTER
JYLLANDS GRØNNE HJERTE

Jyllands Grønne Hjerte er alt, hvad man kan ønske sig af natur, by og kulturhistorie i en skøn forening. Områdets historiske købstæder, vidtstrakte skove, flotte søer, naturskønne landskaber og stærke kulturarv skaber en spændende og unik synergi. Med de tre købstæder Viborg, Silkeborg og Randers som naturli¬ge omdrejningspunkter tilbyder kraftcentret både byliv og ro i et af Dan¬marks mest varierede og omfangsrige naturlandskaber. Denne kombina¬tion giver Jyllands Grønne Hjerte et unikt potentiale som et sted, der kan imødekomme både det kulturelle byliv og ønsket om nærhed til naturen. Kraftcentret er dermed et oplagt feriemål for mange.

Jyllands Grønne Hjerte har en rig natur, der spænder fra fjorddeltaets landskab, Guden¬åens slyngede forløb og Silkeborgsøernes blanke vande til Viborgs hede¬landskab, Hærvejens historiske rute og Randers' frodige ådale. Denne variation gør Jyllands Grønne Hjerte til en oplagt destination for outdoor-oplevelser i alle former, samti¬dig med at byernes nærhed til naturen tilbyder besøgende en helt særlig kontrast mellem kulturelle og rekreative aktiviteter. Kraftcentret kan derfor tiltrække et bredt spektrum af gæster - fra dem, der søger en aktiv ferie med cykling, vandring og kanosejlads, til dem, der foretrækker at dykke ned i områdets rige kultur- og industrihistorie.

Jyllands Grønne Hjerte har potentiale til at skabe en sammen¬hængende turismedestination med outdoorfokus. Kraftcentret har unikke muligheder for at udvikle outdoortu¬risme med sine kuperede landskaber, dybe skove og smukke søer. Potentialerne ligger i udbygning af stier og etablering af outdoorfaciliteter, der understøtter aktiviteterne samt et udbud af kommercielle aktiviteter.

Gennem målrettede indsatser vil købstæderne fungere som bærende oplevelsescentre, der kombineres med en styrket tilgængelighed til naturområder og et bredt udbud af outdoor-aktiviteter. Jyllands Grønne Hjerte skal udvikles med respekt for lokale særpræg og med fokus på bæredygtighed og tilgængelighed.

Udvikling i købstæderne skal knyttes op på adgang til det omkringliggen¬de landskab og således sikre den kulturelle kontrast til de ekstensive out¬door-tilbud, som området har. Der skal fokuseres på at tilbyde et bredt kulturudbud, som tager afsæt i de eksisterende tilbud med kunst, kultur og museer. Herudover skal det sikres, at byens rum operationaliseres som en naturlig del af kulturlivet, hvor der kan fokuseres på at tilrettelægge udstillinger, koncerter, events og lignende. Dette vil bidrage til at skabe levende bymiljøer baseret på købstædernes karakter og udgøre en kvalitet for både borgere og gæster.



AARHUS
Foto © Roar Paaske, VisitAarhus

KRAFTCENTER
AARHUS

Aarhus, landets næststørste by, byder på storbyoplevelser af international kvalitet - uanset om gæsterne er til spændende attraktioner, moderne arkitektur, lækker gastronomi, shopping, hyggelige events eller sjov og action.

Aarhus er en internationalt kendt kulturby, hvor man inden for gåafstand finder attraktioner og museer i verdensklasse, en mangfoldig gastronomisk scene med alt lige fra Street Food til Michelin, toneangivende internationale events og festivaler og ikke mindst en aktiv undergrund af nytænkende oplevelsestilbud. De mest populære attraktioner i Aarhus inkluderer blandt andre Den Gamle By, ARoS, Moesgaard Museum, Tivoli Friheden og Musikhuset Aarhus.

Byens beliggenhed ved kysten og de grønne kiler, der smelter sammen med byens liv, giver Aarhus en sjælden evne til at forene storbyens energi med naturens nærhed. Dette skaber en helt særlig dualitet, som få storby¬er kan matche og en kombination af intens urban oplevelse og rekreation i naturskønne omgivelser.

Aarhus er et stærkt omdrejningspunkt i Midtjylland og en central driver for turismeudvikling og -vækst. Positionen som 2nd City gør det muligt for Aarhus at tiltrække både storby- og erhvervsturister med et højt døgnfor¬brug samtidig med, at byen fungerer som en katalysator for turismen i hele regionen. Aarhus har en stærk erhvervsturismeprofil og har en betydelig position i markedet for møder, konferencer og kongresser med stor hotelkapacitet, flere større venues og en årelang er¬faring i at tiltrække danske og internationale erhvervs- og mødeturister. Erhvervsturismen i Aarhus nyder godt af det brede udbud af oplevelser, shopping og gastronomi. Overnatnings¬kapaciteten i Aarhus er allerede betydelig og vokser i de kommende år med yderligere 1000 hotelværelser, og det giver endnu større potentiale for at styrke erhvervsturismen og turismen generelt.

Byen er i kraftig udvikling, og det skaber grobund for spændende bymæs¬sige og arkitektoniske oplevelser. På trods af sin markante udvikling må Aarhus bevare sin charme som en by, hvor turister kan blande sig med de lokale og få en autentisk oplevelse af storbyen. Det kan blandt andet ske gennem dyrkelse af byens forskellige kvarterer - det kan både sprede turisme og trafik og give forskellige oplevelser.

Turister og aktiviteter ved og i vandet hænger godt sammen, og det skal udnyttes i Aarhus. I forbindelse med udviklingen af byområderne omkring Aarhus' inderhavn skabes et mere attraktivt område for rekreation og oplevelser. Havnebas¬sinet og de omkringliggende udviklingsområder udgør en attraktion for gæster såvel som lokale.

Såvel det nye havneområde som Aarhus som helhed har med det stærke kulturliv gode forudsætninger for at blive den katalysator, der kan skabe vækst i turismeomsætningen på tidspunkter uden for sommersæsonen. Private og offentlige kulturinstitutioner og flere tilbagevendende festiva¬ler kan være med til at øge besøgstal og belægningsgrad i perioder, hvor sommerlandets attraktioner er lukkede.



DJURS SOMMERLAND
Foto © Djurs Sommerland, VisitAarhus

KRAFTCENTER
DJURSLAND

Djursland er med sin smukke og unikke natur, sin over 250 kilometer lange kyststrækning og sit kæmpe udvalg af attraktioner et yndet feriemål for både danske og internationale gæster. Her kan man sætte sig i Danmarks længste rutsjebane i Djurs Sommerland, komme tæt på alverdens dyr i Kattegatcentret, Ree Park Safari, Skandinavisk Dyrepark og Munkholm Zoo, komme tæt på den vilde natur i Nationalpark Mols Bjerge, planlægge sin badeferie ved nogle af Danmarks bedste badestrande - og meget skaber Djurslands stærke identitet som en oplagt feriedestination for familier.

Djursland rummer en række særlige natursteder med Nationalpark Mols Bjerge som toppen af kransekagen. Nationalparken er "reason to go" for mange gæster, der vil opleve istidslandskabet og dyrke friluftslivet. Djurslands variation i landskab, kysten, og naturoplevelser udgør et stort potentiale, som kan tiltrække både lokale og internationale gæster. De naturskønne områder og badevenlige strande tilbyder mange kvalitetsoplevelser indenfor korte afstande, hvilket gør Djursland særligt attraktivt for gæster, der ønsker at kombinere flere naturoplevelser på én tur eller som endagsdestination. Djursland har også en række stærke kulturtilbud, som tiltrækker gæster – også uden for sommersæsonen. Djursland er også koblingen til Anholt, der er en perle på Jyllands Østkyst med unik natur, spændende oplevelser og et stærkt lokalsamfund. Anholt bærer Dark Sky certificeringen.

I Kraftcenter Djursland består overnatningskapaciteten hovedsageligt af feriehuse, campingpladser. Med over 15.000 feriehuse, et varieret udbud af campingovernatning og flere hoteller tiltrækker området årligt over to millioner overnatninger. Desuden findes der en skov af mindre Bed&Breakfast-steder, hvis gæstegrundlag kommer fra de store attraktioner og Nationalpark Mols Bjerge. Der er et stort potentiale i at øge udlejningsgraden for feriehusene, og differentiere overnatningsmulighederne fx med naturnær overnatning.

Djursland har en strategisk fordel i sin placering tæt på både Aarhus og Sverige, med Letbanen, færgeforbindelsen fra Halmstad til Grenaa og Aarhus Lufthavn som vigtige infrastrukturelle knudepunkter. Den lette tilgængelighed udgør et stærkt potentiale for at tiltrække både danske og udenlandske turister. Placeringen tæt på Aarhus gør det muligt at tiltrække gæster, som vil kombinere naturoplevelser med adgang til storbyen. Der bør arbejdes på at forbedre for kollektiv transport til turistmålene for at tiltrække et bredere publikum.

Djursland er et stærkt kraftcenter, men der er potentiale for mere. Særligt to områder rummer et potentiale for udviklingen af turismen.

Området omkring Nimtofte, med Djurs Sommerland og andre store veletablerede attraktioner, tiltrækker gæster ikke kun fra Djursland og andre dele af Aarhusregionen, men fra hele Jylland. Der er et enormt potentiale i at arbejde med infrastruktur og mobilitet til de omkringliggende sommerhusområder, differentieret overnatning og realisering af de ambitiøse planer som ligger for området, hvis disse realiseres, kan de blive en gamechanger for hele Aarhusregionen.

Det kommende Besøgscenter Mols Bjerge ved Kaløvig bliver en katalysator for udvikling i kraftcenteret. Med afsæt i områdets rige variation af oplevelser – fra Kalø Slotsruins ikoniske landskab og det fredede godsareal med rødder tilbage til 1300-tallet, over Mols Bjerges markante istidslandskaber, er der stort potentiale i at arbejde med adgang og en diversificering og udbygning af overnatningstilbuddet, så flere gæster konverterer en endagsoplevelse til et længere ophold.

STÆRKT FERIESTED
EBELTOFT

Købstaden Ebeltoft er et stærkt feriested og en af Danmarks mest populære feriebyer. Byen er kendetegnet ved skæve bindingsværkshuse, snørklede gader med toppede brosten og blomstrende stokroser, byen emmer af idyl. Torvet er Ebeltofts hjerte, hvor torvehandlere og Det Gamle Rådhus er en del af en enestående kulisse. Den livlige, autentiske havn med små butikker, caféer og restauranter tilbyder et hyggeligt samlingspunkt, hvor friskfanget fisk og lokale specialiteter kan nydes.

Langs havnefronten står kulturoplevelserne i kø. Fregatten Jylland, verdens længste træskib, fortæller fascinerende historier om søfartens storhedstid, mens Glas – Museet for glaskunst viser moderne glaskunst i verdensklasse. Maltfabrikken åbnede efter restaurering i 2020 og er i dag et attraktivt centrum for kunst, kultur, erhverv og iværksætteri og et velbesøgt centrum for byens turister. Ebeltofts beliggenhed tæt på både strand og skov giver mulighed for en bred vifte af ferieaktiviteter som vandreture, cykling, sejlads og dykning. I kort afstand til Ebeltoft ligger også Molskroen, der med højt gastronomiske niveau tiltrækker et kvalitetsbevidst og betalingsdygtigt publikum. Længere sydpå er der rig mulighed for musikalske oplevelser på Fuglsøcentret, landets største privatejede spillested.

Med sin unikke kombination af kystnær natur, charmerende byliv og rige kulturoplevelser tilbyder byen og området en ferie med både afslapning og aktive oplevelser i naturskønne omgivelser for både danske og internationale dagsgæster. Ebeltofts udfordring er manglen på bynær overnatningskapacitet, og det største potentiale ligger i at udbygge med fx boutique-hotel og ferielejligheder, der understreger den attraktive købstadsstemning i byen og ved havnen og matche de oplevelsesmæssige kvaliteter i Ebeltoft.



FREGATTEN JYLLAND
Foto © Per Bille, visitAarhus



FJELLRUP STRAND
Foto © Roar Paaske, VisitAarhus

STÆRKT FERIESTED
FJELLERUP OG BØNNERUP

Bønnerup og Fjellerup på nordkysten af Djursland er et stærkt feriested, med en stor overnatningskapacitet fordelt på feriehuse, feriecenter og camping. Udlejningsgraden af feriehuse i området er lav - 11,3 % mod 14,4 i hele Danmark. Det betyder, at feriehusene ikke bidrager til samme turismeomsætning, som andre steder i landet. Med beliggenheden på Djurslands nordkyst byder området på nogle af Østjyllands bedste badestrande, der med lavt vand og fine sandstrande er ideelle for børnefamilier.

Projektet Fjellerup Udvikling har opnået at få én af de 15 nationale forsøgstilladelser, der giver dispensationer fra strandbeskyttelseslinjen. Projektet omfatter udnyttelse af to overflødiggjorte bygninger i strandkanten og etablering af to badebroer samt et større signaturbyggeri.

Bønnerup Havn er et stemningsfuldt centrum for både lokale og turister. Her kan man opleve et aktivt fiskerimiljø, købe friskfanget fisk direkte fra kutterne og nyde den hyggelige atmosfære ved de små butikker og spisesteder. Der er mulighed for at leje udstyr til vandaktiviteter, og der er faciliteter til vinterbadere. Området er også perfekt for naturelskere, der kan udforske de nærliggende skove og stier til fods eller på cykel.

Fjellerup og Bønnerup er kendt for deres afslappede sommerstemning. Med gode feriehusområder, campingpladser og kort afstand til større attraktioner som Djurs Sommerland og Nationalpark Mols Bjerge, er Fjellerup og Bønnerup attraktive ferieområder for både familier, par og friluftsentusiaster. Den autentiske kystcharme og naturskønne omgivelser gør dem til en stærk feriedestination.

STÆRKT FERIESTED
GRENAA

Grenaa er en gammel købstad og det fornemmes stadig i de hyggelige bymiljø omkring torvet og kirken. Grenaa har et stort potentiale til at blive et et stærkt feriested. Med sin beliggenhed ved Djurslands kyst omgivet af badestrande af høj kvalitet, naturoplevelser i særklasse, store attraktioner indenfor kort afstand og med en stærk infrastruktur, der omfatter letbaneforbindelse til Aarhus samt færge til Anholt og fra Sverige, har Grenaa meget at bygge videre på. Grenaa Strand betragtes som en af Danmarks bedste, og hver sommer er stranden tætpakket med gæster.

Der er stærke attraktioner og overnatningskapacitet lokaliseret i forbindelse med havneområdet i Grenaa, og der er et godt udbud af shoppingmuligheder og restauranter og byliv i midtbyen, men de to områder er dårligt forbundne. Koblingen mellem de to områder og udnyttelse af funktionstømte kystnære arealer og bygninger til rekreative formål og overnatning vil kunne understøtte udvikling af Grenaa som et stærkt feriested.



GRENAA
Foto © Francesca Dolnier, VisitAarhus



KALØ SLOTSRUIN
Foto © Roar Paaske, VisitAarhus

TILTAG 1.1
STYRKET INFRASTRUKTUR I KRAFTCENTRE OG STÆRKE FERIESTEDER

God infrastruktur er en forudsætning for at turister let kan komme frem til deres feriemål og let kan flytte sig til forskellige steder på destinationen. God infrastruktur er tilsvarende en afgørende faktor for arbejdskraftens bevægelighed mellem bolig og arbejdssted.

Djursland er som område bundet fornuftigt op på omverdenen. Adgangen med bil fra motorvejen er let. Det er muligt at tage letbanen fra Aarhus til flere byer på Djursland, Aarhus lufthavn ligger centralt placeret i området og fra Halmstad sejler færgen til Grenaa.

Udfordringen er, at der mangler en god kobling mellem infrastruktur, tilbud og aktiviteter. Letbanen kører ikke til byer som Rønde eller Ebeltoft, der kun er forbundet med busser med begrænset frekvens. Lufthavnen er heller ikke forbundet til Letbanen. Der er samtidigt en udfordring omkring "last mile" i forhold til attraktionerne, der gør at turismen på Djursland i dag domineres af bilisme. El-cyklernes længere rækkevidde betyder, at cyklen i stigende grad har potentiale til at fungere som transportmiddel også på længere strækninger.

Et mere veludviklet netværk, der også imødekommer 'the last mile' vil bidrage til, at Djursland som destination er mere relevant for endagsturister fra Aarhus og resten af destinationen. Samtidig vil det bidrage til en mere grøn mobilitet.

Også i Jyllands Grønne Hjerte hvor kraftcentrenes nærhed til den omkringliggende natur er et stærkt kort, skal der fokuseres på at skabe bedre forbindelser mellem bymidterne og naturområderne. Dette skal gøres via fysisk infrastruktur, skiltning og wayfinding. Forbindelserne skal bidrage til, at styrke den dualitet mellem købstad og outdoor-oplevelser, som er unik for området i Jyllands Grønne Hjerte. Bynære forbindelser vil bidrage til, at tilgodese både borgere såvel som endagsturister grundet deres høje niveau af tilgængelighed.

Handlinger:

- Skab gode muligheder for kombinerede forbindelser mellem kollektiv trafik til og mellem byerne, og mulighed for at tage cykel med i tog eller bus.
- Udvikl gode rekreative forbindelser mellem købstæder og stærke feriesteder. Det kan ske ved videreudvikling af det cykelknudepunktsnetværk, som allerede er tilgængeligt på dataniveau i flere kommuner.
- Planlæg og etabler ankomstpunkter og gateways for cyklister, vandrere og ryttere, så der er gode parkeringsforhold samt god og overskuelig wayfinding, der gør det let at tilgå outdooroplevelserne

Hvem: Destinationsselskabet har en opgave med branding og formidling af oplevelser i de områder, som kraftcentrene udgør. Kommuner og transportselskaber skal indtænke turisme i planlægning. Kommunerne har en stor rolle i prioritering af rekreativ infrastruktur, så den gøres tilgængelig for både borgere og turister.



WAYFINDING I THORSMINDE
Skiltedesign: Le bureau, Design af ankomstmarkør og bænk: STED By- og landskab
Foto © Rosa Lund, STED By og Landskab



SILKEBORG TRAILCENTER
Foto © Casper Lindemann



CYCLING THROUGH WATER, LIMBURG
Foto © Visit Limburg / L. Daelemans



CYKELTRANSPORT I TOG MED ÖBB I ØSTRIG
Foto © Cycle Competence Austria

TILTAG 1.2
LEVENDE LOKALSAMFUND

Levende og attraktive lokalsamfund skaber grundlaget for både øget bosætning, lokal trivsel og en bæredygtig turismeudvikling. Lokalsamfund og handelsbyer fungerer som knudepunkter, hvor både borgere og turister mødes om service, indkøb og kulturelle oplevelser. Det gør dem til vigtige omdrejningspunkter i den lokale udvikling.

Turismen bidrager med økonomisk vækst, der er med til at holde lokalsamfundets forretninger og spisesteder i gang året rundt. Dermed skaber turisme oplevelsestilbud og faciliteter, som også styrker livskvaliteten for de lokale – og dermed gør områderne mere attraktive at bosætte sig i.

Levende lokalsamfund er også en forudsætning for turismeerhvervet. De leverer kvalificeret og lokal arbejdskraft til blandt andet håndværk, service og detailhandel – brancher, som er afgørende for turismeoplevelsen. Øget turisme skaber arbejdspladser og helårsjobs, som igen bidrager til øget bosætning og lokal udvikling.

Investeringer i lokalsamfund og turisme har en dobbelt gevinst: De kommer både borgere og gæster til gode. En socialt bæredygtig turismeudvikling kræver en helhedsorienteret indsats, hvor borgerne aktivt inddrages i planlægning og drift af turismeinitiativer. Ved at skabe fælles faciliteter, fremme lokalt værtskab, bevare den kulturhistoriske identitet og styrke lokale erhvervs- og beskæftigelsesmuligheder kan det sikres, at turismen ikke blot er en økonomisk motor, men også en katalysator for stærke og levende lokalsamfund

Handlinger:

- Indtænk turisme og inddrag turismeaktører i planlægning af nye anlæg for at sikre, at investeringerne imødekommer borgeres og turisters interesser i infrastruktur og anlæg som fx ophalingspladser til kano og kajak, vinterbadefaciliteter og vandrestier. Investeringerne skal gavne både bosætning og turisme.
- Styrk dialogen mellem turismeaktører og lokalsamfund gennem åbne møder, hvor borgere kan give input til turismeudviklingen.
- Skab identitet og oplevelser gennem formidling af stedets kulturhistorie. Bygninger, torve og gader kan være markante bærere af byens historie og skabe lokal identitet og stolthed.

Hvem: Kommuner skal prioritere de levende lokalsamfund - det bliver en dobbelt gevinst



SKOVGAARD MUSEUM VIBORG
Foto © Jakob Vingtoft, VisitAarhus

TILTAG 1.3

UDARBEJDE STRATEGISK-FYSISKE UDVIKLINGSPLANER FOR KRAFTCENTRE OG STÆRKE FERIESTEDER

For de udpegede feriesteder og kraftcentre skal der udvikles strategisk-fysiske udviklingsplaner. Disse planer skal bygge videre på og skabe sammenhæng mellem eksisterende kommunale planer samt erhvervets og destinationsselskabets strategier, sådan at de strategisk-fysiske udviklingsplaner netop er både strategiske og fysiske. Udviklingsplanerne skal samle de vigtigste lokale aktører, sætte en fælles retning for områdernes udvikling og dermed skabe et solidt grundlag for at tiltrække de nødvendige investeringer.

Der er allerede i 2024 udarbejdet en strategisk-fysiske udviklingsplan i kraftcenter Djursland i området omkring Nimtofte, for Nationalpark Mols Bjerge og for Grenaa Havn. Disse planer indgår som en del af eller bidrag til kommende strategisk-fysiske udviklingsplaner for området. Kommende strategisk fysiske udviklingsplaner skal omfatte øvrige dele af geografierne, samle erfaringer fra eksisterende planer, koble til disse og tilføre nye perspektiver med udgangspunkt i mål og vision for området.

En strategisk-fysisk udviklingsplan beskriver, hvad der skal ske, hvornår det skal ske, og hvordan udviklingen skal gennemføres. Planen indeholder en vision, en økonomisk ramme, en organisatorisk model og en prioriteret rækkefølge for initiativerne. Der skal være fokus på bæredygtig udvikling og udnyttelse af naturens rekreative værdier og på, hvordan byudvikling kan bidrage til at forbedre byens rum - begge dele til glæde for både borgere, erhvervsliv og turister. Endelig skal planerne tydeliggøre, hvordan investeringer kan sammentænkes ifm. realiseringen af planens initiativer.

Forankringen af de strategisk-fysiske udviklingsplaner sker gennem kommunernes planlægning, hvor intentioner og handlinger indarbejdes i turismepolitiske redegørelser, planstrategier, kommuneplaner og lokalplaner. For de kraftcentre og feriesteder, hvor der allerede eksisterer andre planlægningsværktøjer, skal der foretages en vurdering af, hvordan disse bedst kan videreudvikles og tilpasses den aktuelle geografi og situation.

Handlinger:

- Skab politisk opbakning og prioritering af de stærke feriesteder og kraftcentre
- Udarbejd SFU'er for alle udpegede kraftcentre og stærke feriesteder.
- Prioriter og realiser eksisterende strategisk-fysiske planer

Hvem: Kommunerne udpeger og skaber økonomisk grundlag for udvikling og implementering af SFU. Udvikling af SFU'er i samarbejde med VisitAarhus



STRATEGISK-FYSISK UDVIKLINGSPLAN - HJERTET AF DJURSLAND, 2023

Illustration © flåk

INDSATSOMRÅDE 2

UDVIDET OVERNATNINGSTILBUD

For at indfri den nationale målsæting om bæredygtig vækst i turismen er det nødvendigt at skabe vækst i omsætningen for overnatning på tre områder. For det første at øge belægningsgraden, for det andet at hæve kvalitet - og dermed prisen - og for det tredje at udbygge den eksisterende kapacitet.

Bæredygtig turismeudvikling består blandt andet i at udnytte eksisterende kapacitet bedre, hvilket både kan ske ved, at flere feriehuse anvendes til udlejning og ved at øge de perioder, hvor kapaciteten udnyttes. Det gælder både feriehuse og overnatningstilbud på campingpladserne, at der skal ske et kvalitetsløft både i forhold til helårsanvendelse og størrelse på enhederne. For hotelværelser gælder, at en kombination af erhvervs- og feriegæster vil bidrage til højere belægningsgrad og bedre udnyttelse af den eksisterende kapacitet.

Udvikling af overnatningskapaciteten bør ske delvist gennem transformation af eksisterende bygningsmasse til turistformål og overnatningskapacitet - dette vil bidrage til en mere bæredygtig udvikling af turismen. Der skal også etableres ny kapacitet, som skal koncentreres omkring byer og lokationer, hvor den kan bidrage til at skabe kritisk masse.

Ansvarlig arealforvaltning er et nøgleord i planlægningen og udbygningen af kapaciteten. Investeringer i turisme skal være langsigtede og planlægges bæredygtigt med fokus på at minimere ressourceforbruget og udnytte arealerne med omtanke. Dette indebærer, at udviklingen af kapacitet skal prioriteres på arealer, som ikke er udsat for risiko fra havvands- eller grundvandsstigninger, og som heller ikke er i konflikt med sårbar natur.

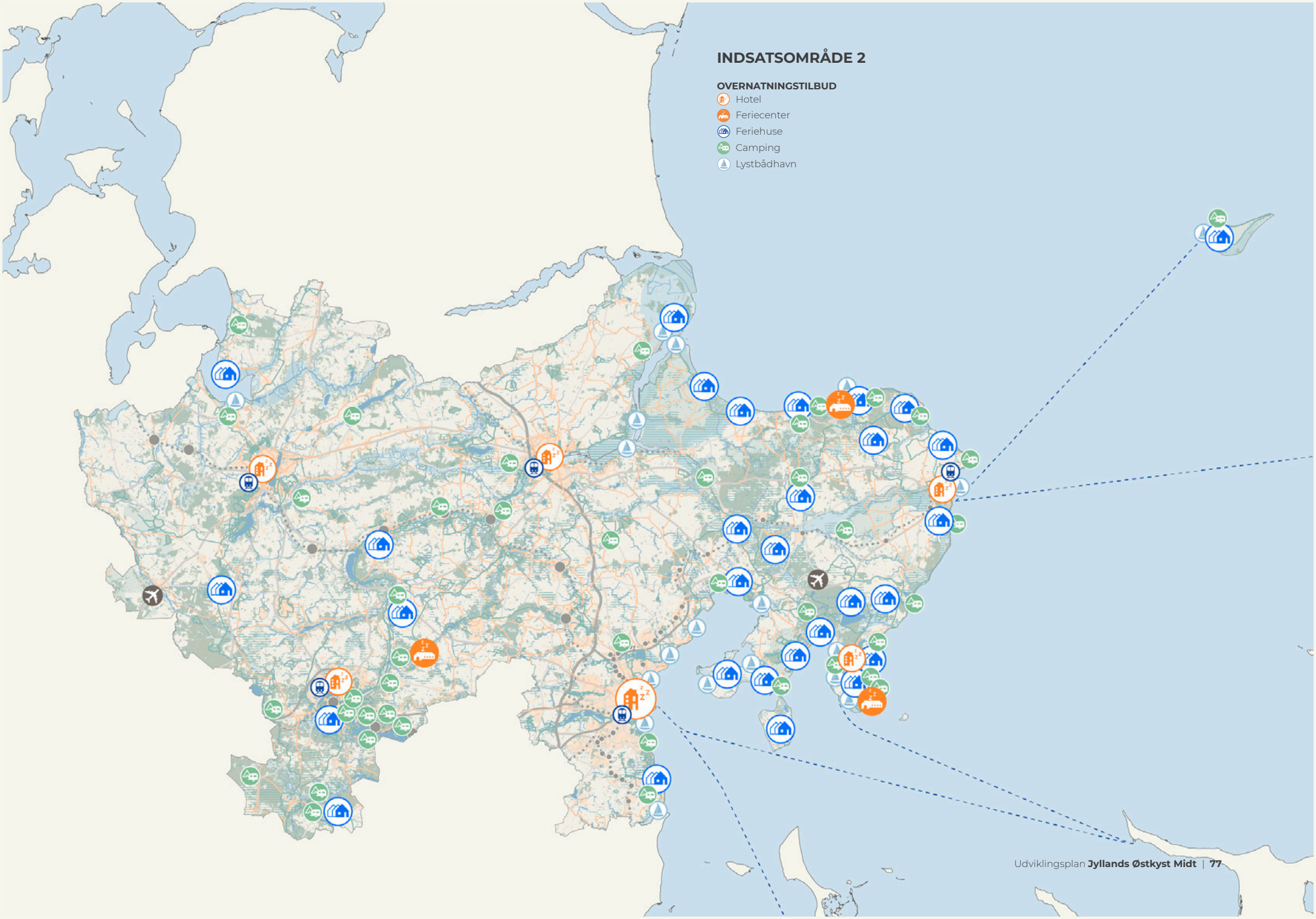
Samtidig bør offentlige og private investeringer koordineres, så planlægningen understøtter turismeudviklingen og omvendt, alt sammen med det fælles mål at skabe værditilvækst.

TILTAG

2.1 ØGET KAPACITET

2.2 HØJERE KVALITET

2.3 TRANSFORMATION


INDSATSOMRÅDE 2
OVERNATNINGSTILBUD
Hotel
Feriecenter
Feriehuse
Camping
Lystbådhavn

TILTAG 2.1
ØGET KAPACITET

Øget kapacitet er en forudsætning for at indfri vækstmålene og skabe den samfundsøkonomiske gevinst, som turismevækst medfører. En strategisk satsning på mere overnatningskapacitet er nødvendig for at tiltrække flere gæster og styrke den lokale økonomi.

De eksisterende feriehuse bør suppleres med større enheder til flere familier eller grupper. Disse flerfamiliehuse er eftertragtede og bør etableres, hvor der er velfungerende infrastruktur, oplevelser og indkøb – naturnært, bynært eller tæt på kollektiv transport. Det samme gælder for feriecentre, der med høj kapacitet og alsidige faciliteter kan skabe oplevelser året rundt og være en arealeffektiv måde at øge overnatningskapaciteten.

Der er planlagt udvidelse af hotelkapaciteten i Aarhus, men også på Djursland kan ferielejligheder eller et kystnært wellness- og spahotel være attraktive tilføjelser. Placeret by- og kystnært, fx i Grenaa, kan sådanne hoteller tiltrække gæster hele året. Med flere enheder og varieret koncept – fra businesshoteller til resorts – kan flere målgrupper tilgodeses.

Fremtidens feriecentre bør integrere overnatning og oplevelser. Wellness, legelande og lokale fortællinger skal være centrale elementer, kombineret med fleksible formater for både familier og erhverv. Djursland rummer allerede mange tilbud, der kan understøtte et familieorienteret resort.

Ferielejligheder med fleksible lejeperioder kan sikre belægning året rundt, især tæt på byliv eller natur. Østkystens campingpladser bør udbygges med fx hytter og glampingtelte og tilbyde helårsåbne faciliteter.

Endelig bør der etableres flere naturnære overnatningsmuligheder – som tiny houses, trætophytter og autocamperpladser – der appellerer til den voksende gruppe naturinteresserede. Flere enheder i landdistrikterne styrker lokal turismeøkonomi og forbedrer borgernes levevilkår.

Handlinger:

- Udpeg arealer til større feriehuse, der svarer til markedets efterspørgsel – fx til flergenerationsferier. Disse kan typisk placeres i nærheden af eksisterende feriehusområder under hensyn til hav- og grundvandsstigninger samt naturinteresser.
- Udpeg arealer eller udnyt allerede bebyggede arealer til udbygning af hoteller og hotellignende kapacitet i eller i nærheden af byerne og med herlighedsværdi i form af nærhed til rekreative værdier og oplevelsesmæssige tilbud.
- Udnyt kapaciteten bedre hele året rundt ved at renovere eksisterende kapacitet med fokus på at øge kvaliteten og skabe energiforbedringer samt ved at bygge ny kapacitet med fokus på energiforbrug, CO2 -udledning og ressourceforbrug.
- Gør området attraktivt for investorer. Det kan ske gennem offentlig-private partnerskaber og målrettet kommunikation om vækstpotentialet.

Hvem: Kommunerne skal udpege arealer. Dialog med investorer i samarbejde med Dansk Kyst- og Naturturisme jf. *Tiltræk investeringer i kyst- og naturturismen* (DKNT, 2019). VisitAarhus er lead på opgaven med at markedsføre helårsoplevelser. Opgaven løses i samarbejde med erhvervsaktørerne.



SALT&SILL, TJÖRN
Foto © Tony Meyer



THE NORRMANS, KLIPPINGE
Foto © The Norrmans



HOTEL THE MONICA, ÆRØSKØBING
Foto © Monica Conradsen, Hotel The Monica

TILTAG 2.2
HØJERE KVALITET

For at fremtidssikre turismen og skabe bæredygtig vækst er det centralt at investere i overnatningsformer af høj kvalitet og opgradere eksisterende, hvor det er nødvendigt. Kvalitetsløft på tværs af ferieboliger, hoteller, feriecentre og camping skaber merværdi for gæster og styrker områdets attraktivitet – også i skulder- og lavsæson.

Feriehuse bør ikke blot være større, men designes med fokus på arkitektonisk kvalitet, bæredygtige materialer og naturnære omgivelser. De skal være egnede til brug hele året. Huse certificeret med fx *Koglemærket* og integreret i landskabet skaber unikke oplevelser og tiltrækker et kvalitetsbevidst publikum.

Hoteller skal differentiere sig gennem stærke koncepter, som boutiquehoteller, wellness- og spahoteller eller hoteller med gastronomisk profil og tilbyde højt serviceniveau og lokal forankring. Ferielejligheder med hotelstandard og komfortable faciliteter tiltrækker gæster, der søger fleksibilitet og kvalitet, især uden for højsæson. Beliggenheder med udsigt, natur eller kulturtilbud bør prioriteres.

Campingpladser bør opgraderes med faciliteter til nye campister, der søger enkelhed og nærhed til naturen, men også komfort. Glampingtelte og hytter med høj komfort er eksempler på højkvalitetsprodukter, som tiltrækker nye gæster og skaber bedre økonomi.

Naturnær overnatning bør kobles til lokal kultur – fx gennem samarbejder med gårdbutikker eller restauranter – og tilbyde komfort og autenticitet. I udlandet ses autocamperpladser tilknyttet hoteller, idrætsanlæg eller skoler. Der bør udvikles lokale eller regionale strategier for autocampere.

Handlinger:

- Udarbejd *code of conduct* for autocampere på Jyllands Østkyst og kommuniker via tydelig skiltning og digitale platforme - skal omfatte parkering, spildevandstømning mm. Etabler tydelig wayfinding og online information på flere sprog.
- Understøt det generelle kvalitetsløft, ændringer til markedsrelevant udbud og sæsonforlængelse gennem de udlejningstilladelser, som gives af kommunalbestyrelsen. Ændringer, der omfatter fysiske udvidelser af arealet og ændringer i kapaciteten, såsom en forøgelse af antallet af campingenheder, etablering af udlejningsenheder eller midlertidig brug af tilstødende arealer som aflastningsområder i højsæsonen, kræver en ny tilladelse.
- Øg belægningsgraden ved at ændre sæsonåbne campingpladser til helårscampingpladser med servicebygninger og udlejningsenheder, der svarer hertil.
- Understøt implementering af den nye certificeringsordning for udlejningsejendomme *Koglemærket*.

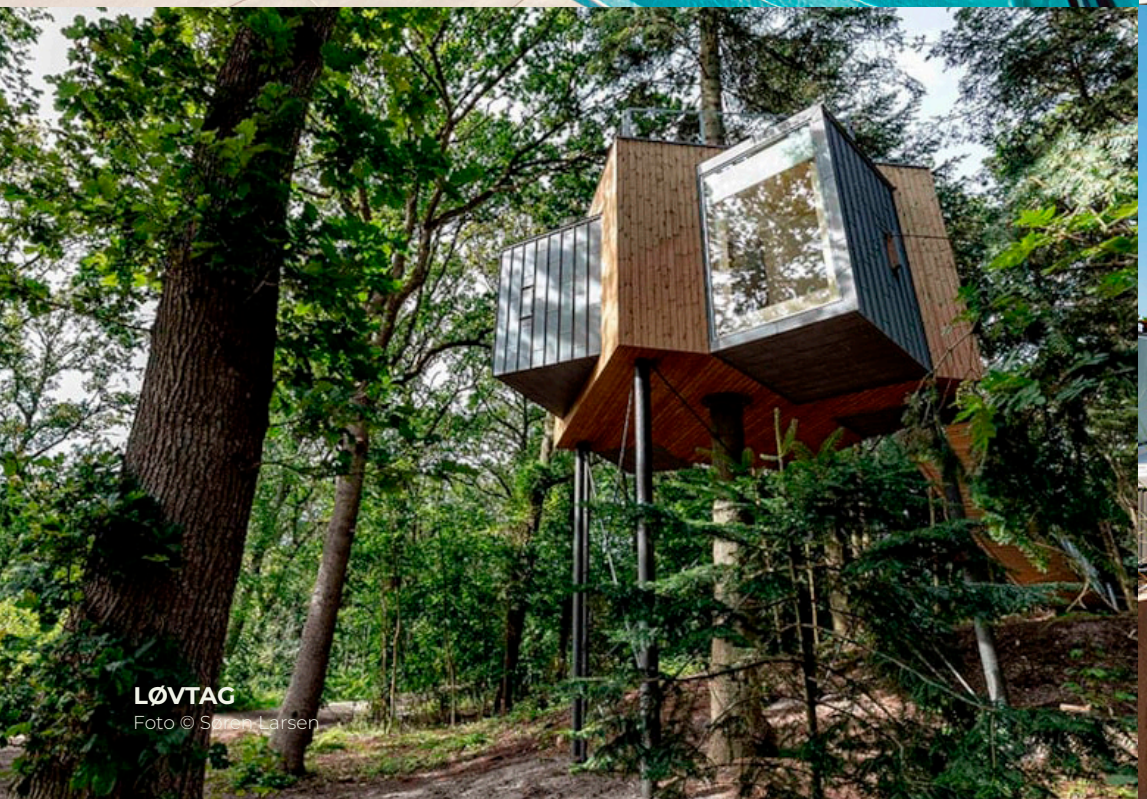
Hvem: Kommunerne samarbejder om at udarbejde *code of conduct,* samt et koncept for regler og skiltning. VisitAarhus har en opgave omkring dialog med aktørerne om kvalitetsløft samt udvikling af helårsprodukter og efterfølgende markedsføring.



HOTEL DAS JAMES, FLENSBURG



FJORDBOBLER, MARIAGER CAMPING
Foto © Mariager Camping



LØVTAG
Foto © Søren Larsen



LÆRKEREDE, HENNE STRAND RESORT
Foto © Henne strand Resort

TILTAG 2.3
TRANSFORMATION

For at nå den nationale målsætning for turisme i 2030 vil det være nødvendigt at bygge ny overnatningskapacitet på Jyllands Østkyst. Både feriehuse, hoteller og feriecentre skal overvejes, sådan at der skabes det rigtige match af kapacitet til den målgruppe, som ønskes i et givent område.

Tidssvarende kapacitet, der matcher efterspørgslen i forhold til størrelse og serviceniveau, og som er egnede til helårsbrug, kan med fordel etableres gennem omdannelse af eksisterende bygninger og arealer. Samtidigt bidrager transformation af disse bygninger til at bevare kulturarv og lokal identitet.

Transformation af arealer, der allerede er udlagt til turisme, kan omfatte campingpladser, hvor en transformation med helårsegnede faciliteter og udlejningsenheder vil bidrage til sæsonforlængelse, øget kvalitet og højere omsætning.

Transformation af tidligere industribygninger, havnearealer og landbrugsrelaterede ejendomme er også en mulighed for at øge overnatningskapaciteten inden for den eksisterende bygningsmasse. Hermed indretter man ferieboliger eller andre turismefaciliteter på mere bæredygtig vis.

I forbindelse med transformation af eksisterende bygningsmasse er det væsentligt at tage hensyn til eventuelle udefra kommende udfordringer, herunder oversvømmelser og forhøjet vandstand.

Handlinger:

- Transformer funktionstømte havne- og industriarealer til overnatning og helårsbeboelse. Havnearealer er attraktive, rummelige og planlægningsvenlige og muliggør større investeringer i fx hotelkapacitet.
- Transformer funktionstømte landbrugsbygninger og arealer for at skabe nye erhverv i landdistrikterne. Overnatning og aktiviteter på landet bidrager til en mere balanceret lokal udvikling og jobskabelse.

Hvem: Kommunerne i forbindelse med sagsbehandling og fysisk planlægning.



DET DANSKE LANDSTED
Arkitekt: NORRØN arkitekter
Foto © Hampus Berndtson

INDSATSOMRÅDE 3

STORBYEN AARHUS

Aarhus er Danmarks næststørste by og udgør med sin stærke kunst-, kultur- og madscene det naturlige centrum for Midt- og Østjylland. Byen spiller en central rolle i udviklingen og væksten af turismen i regionen. Som 2nd City har Aarhus en unik position, der gør det muligt at tiltrække storbyturister og erhvervsrejsende med et højt forbrug pr. døgn. Samtidig fungerer byen som et vigtigt afsæt for turismen i hele området. Aarhus byder på en dynamisk og alsidig oplevelse, kendetegnet ved et levende kulturliv, gastronomi i international klasse, attraktive shoppingmuligheder samt et stærkt erhvervs- og uddannelsesmiljø.

Aarhus er med det store udbud af oplevelser et stærkt kort for destinationens øvrige kraftcentre og stærke feriesteder, idet mange gæster besøger byen i løbet af deres ferie. Det betyder, at oplevelsesscenen i Aarhus - events, festivaler, udstillinger, restauranter etc. - både har en kritisk masse af gæster og kunder i byens egne borgere, men også nyder godt af det meget store antal dagsgæster, der overnatter i andre kommuner. Turismeoplandet er dermed med til at understøtte oplevelsesudbyderne i Aarhus, ligesom gæsterne i Aarhus ofte tager den anden vej og opsøger naturoplevelser og attraktioner i de omkringliggende kommuner.

Tilsvarende udgør de mange studerende og byens øvrige borgere en stærk rekrutteringsbase for attraktioner og overnatningssteder i turismeoplandet.

Aarhus er en stærk helårsdestination med et stigende udbud af hotelværelser, der matcher behovene hos både erhvervs- og feriegæster. Fra internationale hoteller til unikke boutique-steder tilbyder byen høj kapacitet, kvalitet og fleksibilitet – ideelt for konferencer, storbyferier og ophold året rundt.

TILTAG

3.1 SHOPPING OG EVENTS

3.2 KUNST OG KULTUR

3.3 GASTRO

3.4 AARHUS SOM ERHVERVSTURISMEMAGNET



AARHUS
Foto © Frame & Work, VisitAarhus

TILTAG 3.1
SHOPPING OG EVENTS

Handelsgaderne i Aarhus forandres i takt med at indkøbsvanerne ændrer sig, men for turister er fysisk shopping stadig en vigtig del af ferieoplevelsen. Byens gågader og torve, særligt Strøget og Latinerkvarteret, tiltrækker besøgende, der skaber liv og omsætning i de lokale butikker og cafeer.

For at styrke Aarhus som shopping- og oplevelsesby er det vigtigt at indrette byrummet til aktiviteter og events, der både gavner forretningslivet og bidrager til byens kulturtilbud. Tilbagevendende arrangementer i stil med Aarhus Festuge, julemarkeder og FOOD Festival kan trække flere gæster til byen – også uden for højsæsonen. Påskeferien markerer ofte starten på turismesæsonen og er, ligesom juletiden, en oplagt periode for større events, der kan tiltrække både lokale og turister.

Aarhus har kapacitet til og erfaring med at afvikle store og internationale sportsevents. Sportsevents skaber ofte en folkefest for såvel lokale borgere som tilrejsende aktører og tilskuere. Sideevents i forbindelse med større arrangementer øger den forretningsmæssige effekt af eventen.

Der skal arbejdes strategisk bevidst med disse tiltag for at koncentrere udviklingen i de byområder, hvor det er mest relevant og derved skaber størst økonomisk bæredygtighed. Ved at sikre aktørenes mulighed for at benytte byrummet kan der skabes forretninger, der ikke blot vender sig indad, men samtidig bidrager med liv og kvalitet i de tilstødende byrum. Dette kan fx. opnås ved at sikre bedre muligheder for at indtage byrummet med udeservering, afvikling af arrangementer og ved opstilling af midlertidige pavilloner.

Det kræver en målrettet indsats fra både erhvervslivet, kulturinstitutioner og kommunen at sikre attraktive byrum, hvor handel og oplevelser går hånd i hånd og skaber en levende storby året rundt.

Handlinger:

- Indret byens rum, pladser og torve, så de bliver aktive venues for open-air forestillinger og koncerter og andre tilsvarende arrangementer, sådan at Aarhus' rige kulturliv i højere grad bliver en del af bybilledet og indgår i samspil med turismeerhvervets aktører.
- Etabler partnerskaber mellem kulturinstitutioner og byens forretninger om at skabe aktiviteter i byrummet – fx minikoncerter, teaterperformances og historiske byvandringer, der skaber aktivitet og oplevelser i gadebilledet.
- Understøt målrettet udviklingen af events og kulturtilbud uden for højsæsonen – fx gennem puljer til vinterfestivaler, udendørs lysinstallationer og inddragelse af kulturinstitutionerne i ferieperioder som påske og efterår.

Hvem: Aarhus Kommune - Teknik og Miljø - har en opgave i at udpege og indrette udvalgte steder i byens kvarterer.
Aarhus Kommune - Erhvervsafdelingen - skal sammen med gadeforeningerne bidrage til Visionsplan for Midtbyen
VisitAarhus skaber fortællingen i koordination med Visionsplanen



FOOD FESTIVAL, AARHUS
Foto © Alec Andreev, visitAarhus

TILTAG 3.2
KUNST OG KULTUR

Kunstscenen i Aarhus er mangfoldig og præget af både veletablerede institutioner og spirende, eksperimenterende miljøer. ARoS er byens internationale flagskib og fungerer som samlingspunkt for kunstinteresserede turister og lokale, men også mindre gallerier og kunsthaller bidrager til et levende kunstmiljø.

Kulturturister en en interessant målgruppe med et højt døgnforbrug og Aarhus skal udnytte og udbygge sin stærke kulturprofil, der blandt andet er resultat af fra titlen som Europæisk Kulturhovedstad.

Aarhus er del af Cities for Culture, som er et kulturturismeprojekt for de fire store byer i Danmark med fokus på innovationsforløb for kulturaktører, international markedsføring til en særlig kulturudforsker-målgruppe, kompetenceudvikling, netværk og vidensdeling for byernes kulturaktører med opmærksomhed på bæredygtighed og international kulturturisme. Det er målet at samarbejdet, hvor Aarhus og Aalborg er med, fortsætter i de kommende år sammen med Odense og København for at styrke kulturturismen som særligt indsatsområde.

En styrket kunstprofil kan også trække gæster til byen uden for højsæsonen – særligt hvis kunst kobles med events, temauger og samarbejder med fx restauranter, hoteller og erhvervsliv. På den måde kan kunst fungere som et vigtigt redskab i byens udvikling og tiltrækningskraft.

Handlinger:

- Etabler samarbejder med museer og gallerier, så deres aktiviteter også udfolder sig i det offentlige rum, fx gennem pop-up udstillinger og kunstneriske performances i byens byrumszoner.
- Stil krav om samarbejde, strategisk relevans og langsigtede planer, når der ydes støtte til kunstfestivaler og events
- Støt strategisk placerede events uden for højsæsonen – fx en vinterbiennale eller en lysfestival – som kan tiltrække gæster og aktivere byens rum

Hvem: Aarhus Kommune - Kultur og Borgerservice - i samarbejde med VisitAarhus, offentlige kunstmuseer, private gallerier og foreninger.



KUNSTHAL AARHUS
Foto © Frame & Work, VisitAarhus



KEYSER SOCIAL, AARHUS
Foto © Francesca Dolnier, VisitAarhus

TILTAG 3.3
GASTRO

Aarhus har i de seneste år markeret sig som en af Danmarks førende gastronomiske destinationer. Byens madscene spænder bredt – fra Michelin-restauranterne Frederikshøj, Gastromé, Substans og Domestic til Street Food, hyggelige caféer og madmarkeder. Det høje gastronomiske niveau kombineret med bæredygtige principper og lokale råvarer gør Aarhus til et naturligt stop for madelskere fra både ind- og udland. Aarhus er hjemsted for Danmarks største Foodfestival, som hvert år tiltrækker +30.000 gæster.

Gastronomi er ikke blot en spiseoplevelse, men en del af byens identitet og fortælling. Kulinariske oplevelser kan i stigende grad kobles til kultur, natur og historie, og Aarhus har potentiale til at udvikle sig yderligere som en by, hvor man oplever maden som en integreret del af den samlede turismepakke.

Initiativer som Aarhus Madfestival, pop-up restauranter, gårdmarkeder og samarbejder med lokale producenter kan styrke fortællingen om Aarhus som en bæredygtig og moderne madby. Ved at tænke madoplevelser ind i byens byrumsudvikling – eksempelvis med udeservering, madzoner og temporære smagsoplevelser – kan man øge byens attraktivitet og forlænge turisternes ophold.

Et velfungerende fødevareøkosystem, hvor både små og store aktører samarbejder med turistbranchen, kan være en vigtig løftestang for vækst og for at sætte Aarhus endnu tydeligere på det gastronomiske landkort.

Handlinger:

- Etabler samarbejder mellem restauranter, fødevareproducenter og kulturinstitutioner om events, hvor mad og kultur kombineres – fx i form af kulinariske aftener med musik, kunst eller fortælling.
- Understøt en helårsstrategi for gastronomiske events og festivaler, der trækker besøgende til byen uden for højsæsonen, og profilerer Aarhus som en kulinarisk helårsdestination.

Hvem: VisitAarhus har en opgave i at markedsføre Aarhus som gastrorejsemål for danske og internationale gæster. Agro Foodpark, Food Organisation of Denmark, Aarhus Kommune - Teknik og Miljø - er blandt de centrale aktører

TILTAG 3.4
AARHUS SOM ERHVERVSTURISMEMAGNET

Aarhus har en betydelig position i markedet for møder, konferencer og kongresser med stor hotelkapacitet, flere større venues og en årelang erfaring i at tiltrække danske og internationale erhvervs- og mødeturister. Aarhus ligger centralt i landet med både motorvej, jernbane, færgeforbindelser og lufthavne relativt tæt på.

Dette marked dykkede i stort omfang under pandemien, men er nu tilbage på sporet, og forventningerne er, at erhvervs- og mødeturismen vil vækste de kommende år. Konkurrencen om at tiltrække kongresser og konferencer er hård, for erhvervs- og mødeturister er en eftertragtet målgruppe med det højeste døgnforbrug blandt alle turistsegmenter. Det betyder tilsvarende, at kravene er høje. Det gælder selvfølgelig de fysiske forhold til kongressen, men også forventninger til offentlig transport, antallet af taxier, hotelværelser nær kongressen, udbuddet af lokale kulturoplevelser og andre elementer, som betyder, at mødet, konferencen eller kongressen opleves som en succes. Der sker markante investeringer i hotelkapacitet, og det giver potentiale til, at Aarhus opnår en endnu stærkere position på markedet for erhvervsturisme, hvad enten der er tale om møder og konferencer af national eller international karakter.

Her har Aarhus stærke kort på hånden. Alt er indenfor gåafstand i byen, og Aarhus har gode muligheder for at profilere sig i markedet ved at fremhæve mulighederne for stærke kulturoplevelser samt grønne rejser med jernbanen og letbanen i forbindelse med besøget. Gæster, der besøger Aarhus for at deltage i en konference er ofte samtidig turister på egen hånd. Med udgangspunkt i byens centrum er der mange muligheder inden for kort afstand, hvad enten der er tale om gåture i byens forskellige kvarterer eller en morgenløbetur i byens grønne kiler.

Handlinger:

- Tænk erhvervsturismen ind i byplanlægningen. Det er godt givet ud at have restauranter og barer i nærheden af de store venues og hoteller, så gæsterne oplever nærheden i byen og har let ved at bevæge sig rundt. Ligeledes skal forbindelser til byens grønne områder og omkringliggende natur prioriteres.
- Skab endnu bedre muligheder for grøn transport rundt i byen for kongres- og konferencegæster. Blandt andet lettere adgang til at købe billet til bybusser og letbane for internationale gæster.
- Analyser behov og muligheder for at etablere nye kongres- og konferencefaciliteter. En multiarena i stil med Royal Arena på Amager og Jyske Bank Boksen i Herning har været drøftet. Behovet herfor og mulig placering af disse faciliteter bør analyseres med øje på de økonomiske gevinster og udvikling af Aarhus by ud fra et helhedsperspektiv, der også omfatter udvikling af turisme.

Hvem: Aarhus Kommune prioriterer grønnere transportmuligheder i dialog med transportudbydere.
Aarhus Kommune inddrager VisitAarhus, Aarhus Events og de store hoteller for analyse vedrørende etablering af konferencefaciliteter samt udbygning af grønnere transportmuligheder



LATINERKVARTERET, AARHUS
Foto © Kim Wyon, VisitAarhus

INDSATSOMRÅDE 4

LEVENDE BYER

Levende byer er kendetegnet ved attraktive offentlige rum, kulturel mangfoldighed samt et bredt udvalg af detailhandel, faciliteter og serviceydelser. Alt dette bidrager til at skabe byliv og synergier mellem erhvervslivet, bosætning og turisme.

Handel og service er således en integreret del af turismeproduktet i byerne, og selvom de traditionelle handelsgader med stribevis af forretninger er udfordret, hører shopping i detail- og udvalgsforretninger stadig til de foretrukne aktiviteter for feriegæsterne. Turisterne udgør således, i flere byer, en betydelig del af kundegrundlaget og omsætningen i butikkerne. Byens offentlige rum, såsom gader, pladser og torve, spiller en vigtig rolle i, om bylivet får de rette betingelser for at udfolde sig. Kvaliteten, indretningen og aktivitetsniveauet i byrummene er væsentlige. Særligt vil byrum af høj kvalitet og med højt aktivitetsniveau tiltrække gæster, som dermed skaber omsætning i de nærliggende butikker.

Det er derfor vigtigt, at byrummene rummer aktiviteter og events, der skaber opmærksomhed og støtter forretningernes omsætning, men også events og kulturelle arrangementer, der kan være en forretning i sig selv. Fx kan tilbagevendende events på udvalgte tidspunkter og lokationer i byen – både udendørs og indendørs – være med til at skabe en ny "reason to go" på tidspunkter uden for sommersæsonen. Påskeferien markerer ofte starten på turismesæsonen og kan, ligesom julemåneden, være oplagte tidspunkter for markante events i byerne. Det kræver en målrettet indsats fra mange aktører, herunder kommunal planlægning og investering.

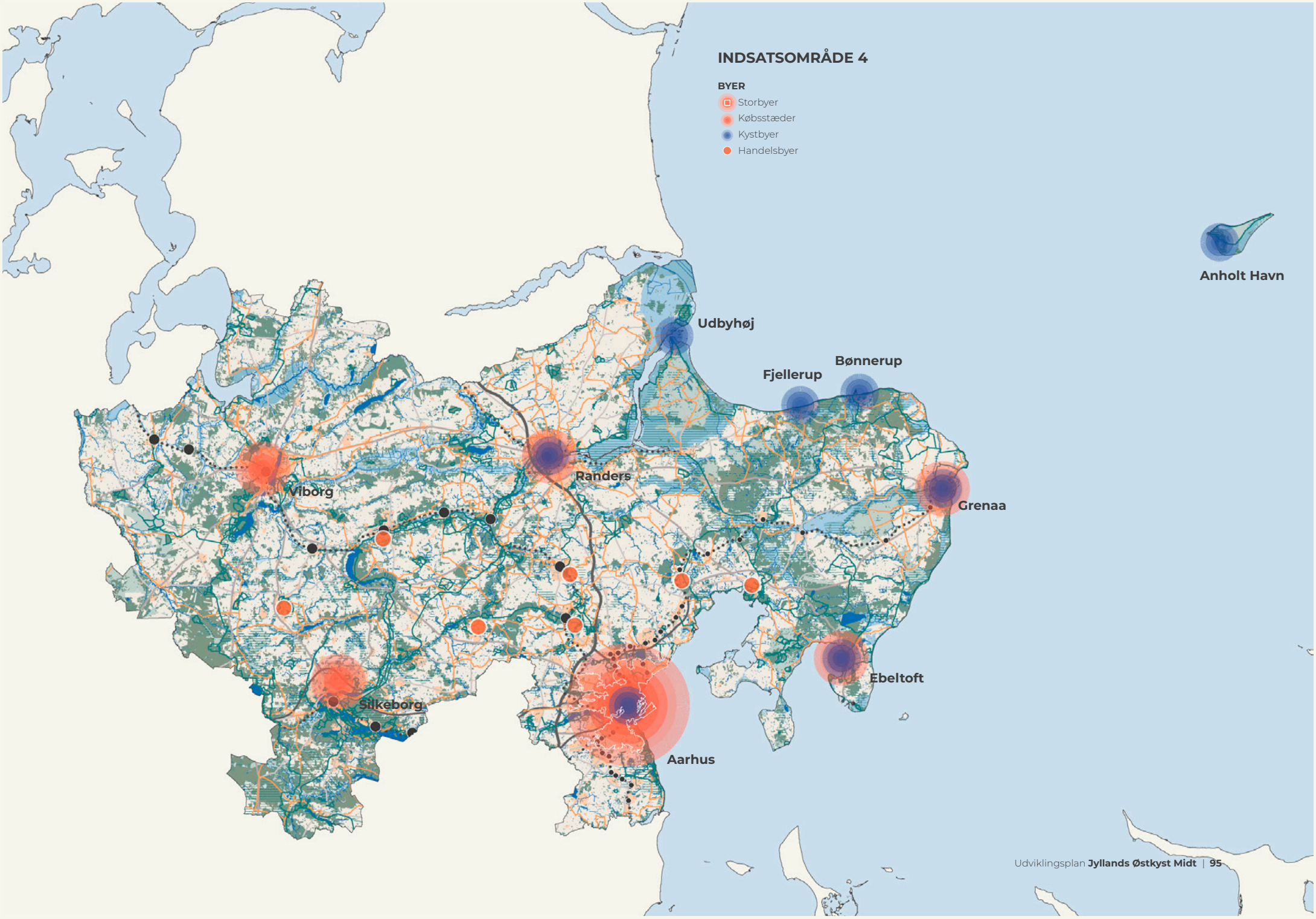
Samtidig står byerne over for en række klimaudfordringer – særligt kystbyerne, som rammes af stigende havvand, hyppigere stormfloder og deraf afledte oversvømmelser. Løsninger på denne udfordring åbner mulighed for at skabe klimarobuste byer med multifunktionelle blå og grønne byrum, der både beskytter og tilbyder rekreative oplevelser.

Endelig er byernes historie og identitet vigtig som en forudsætning for at udvikle levende byer. En udvikling, der bygger på det historiske fundament, skaber autentiske bymiljøer og gør byen interessant og mindeværdig for både borgere og gæster. Samlet set vil en by, der er udviklet med omtanke for sin historie og identitet, udgøre et stærkt fundament for social sammenhængskraft, kulturel bevaring og økonomisk udvikling. Det bidrager også til at skabe et miljø, hvor borgere kan finde lokal stolthed, tilknytning og social sammenhængskraft, hvilket er medvirkende til at sikre levende byer.

TILTAG

4.1 KØBSTÆDERNE OG HANDELSBYERNE SOM OPLEVELSESRUM

4.2 REKREATIV KLIMATILPASNING AF HAVNE- OG KYSTBYER


INDSATSOMRÅDE 4
BYER
Storbyer
Købsstæder
Kystbyer
Handelsbyer
Anholt Havn
Udbyhøj
Bønnerup
Fjellerup
Randers
Viborg
Grenaa
Ebeltoft
Silkeborg
Aarhus

TILTAG 4.1
KØBSTÆDERNE OG HANDELSBYERNE SOM OPLEVELSESRUM

Købstæder er et særkende for Jyllands Østkyst og er historiske fyrtårne for kultur og handel og vigtige hovedbyer for både borgere og turister. Købstæderne byder på en særlig oplevelse, der trækker tråde til den historiske rolle og betydning, hvilket stadig aflæses i bystrukturen med kompakte bykerner, et centralt torv og en placering ved kyst, fjord, å eller handelsvej som fx Hærvejen. Ud over disse middelalderlige kendetegn spiller købstæderne i dag en afgørende rolle som kulturelle og kommercielle kraftcentre, der supplerer geografiens storbyer, som fx Aarhus, med stærke handels-, kultur- og gastronomitilbud.

Også de mindre og yngre handelsbyer spiller en vigtig rolle i det samlede billede. De fungerer som bindeled mellem land og by og som vigtige nærdestinationer for turisme. Byerne er centrale i lokalområdet – med dagligvarebutikker, lokale kulturtilbud og mulighed for overnatning. Både købstæder og handelsbyer har potentiale for en styrket sæsonforlængelse gennem helårsaktiviteter og en stærk kobling mellem handel, overnatning, oplevelser og lokale fortællinger.

Fra 2024 stiller planloven krav om strategisk planlægning for bymidter i alle byer mellem 4.000 og 20.000 indbyggere. Det åbner et nyt handlingsrum for at udvikle attraktive og velfungerende bymidter med stærk identitet og høj kvalitet som løftestænger for lokal udvikling i købstæderne, men især i handelsbyerne. Det er vigtigt, at tilgangen er holistisk og ikke kun fokuserer på byer inden for den fastsatte befolkningsgrænse. Også mindre byer kan spille en vigtig rolle i lokale og regionale sammenhænge – ikke mindst i forhold til turisme og hverdagsliv.

For at fastholde både købstædernes og handelsbyernes funktion og tiltrækningskraft er det centralt at styrke deres rolle som levende handels- og kulturbyer. Det kræver, at detailhandel og oplevelsestilbud går hånd i hånd og understøttes af bymiljøer, der inviterer til ophold, nysgerrighed og gensyn. Her spiller både arkitektonisk kvalitet og funktionel byplanlægning en afgørende rolle. Det historiske udtryk og byernes karakter skal bevares og aktiveres i samspil med nutidige behov – og give plads til ferielejligheder, B&B og boutiquehoteller, som kan skabe ny aktivitet og liv i byens kvarterer, herunder i funktionstømte bygninger.

Bymidterne – hvad enten det er i købstæder eller handelsbyer – skal planlægges helhedsorienteret, hvor funktioner, forbindelser og fysiske kvaliteter tænkes sammen. Det handler om at sikre en attraktiv kombination af arkitektonisk kvalitet, lokalt særpræg og funktionelle hverdagstilbud og services. En velfungerende og identitetsskabende bymidte er ikke blot et mål i sig selv – det er en investering i fremtidig tiltrækningskraft, både i forhold til bosætning og turisme.

I planlægningen skal der lægges vægt på transformation, vedligeholdelse og forskønnelse. Der skal bygges videre på det eksisterende med omhu og respekt for kulturhistorien og stedets særlige kendetegn – uanset om det er i en historisk købstad eller en moderne handelsby. Attraktive bymidter skal ikke ligne hinanden, men dyrke det, der gør den enkelte by unik og genkendelig. Lokale fortællinger, byggeskik og materialer skal bringes i spil, og formidlingen af historiske lag kan med fordel kobles med stedsspecifik wayfinding. Ved at tænke transformation frem for nedrivning og understøtte blandede funktioner og lokal identitet, kan både købstæder og mindre handelsbyer fortsat være bærende kræfter for udviklingen. Gennem strategisk planlægning og bevidst stedsudvikling kan disse byer bidrage til at skabe en stærkere, mere mangfoldig og helårsorienteret turisme.

Handlinger:

- Udvikl købstæderne og handelsbyerne med afsæt i den eksisterende identitet, og styrk byens profil ved at bygge videre på de lokale kultur-, handels- og gastrotilbud, der allerede har gennemslagskraft.
- Understøt byernes historiske særpræg, og lad den fysiske udvikling tage form gennem transformation, tydelig formidling af fortællinger og stedsspecifik wayfinding, der guider og engagerer besøgende i byrummet.
- Skab oplevelsesrige bymidter, hvor detailhandel, kultur, gastronomi og hverdagsfunktioner smelter sammen og skaber levende miljøer med oplevelsesbaseret handel, der tiltrækker både borgere og turister året rundt.
- Udarbejd strategiske bymidteplaner med afsæt i hverdagens behov og kobling mellem funktioner, forbindelser og landskab. Styrk byens sammenhæng med oplandet og positionér den som levende knudepunkt i landskabet.

Hvem: Kommunerne tilføjer 10 % turisme og sikrer strategisk og fysisk planlægning, der fremmer kulturarv og kulturtilbud, detailhandel og overnatningskapacitet. Dette skal skabe grundlag for private investeringer og fondsmidler. VisitAarhus har en rolle mht. at bidrage til at udvikle og brande identitetsskabende kultur-, handels- og gastrotilbud sammen med handelsstandsforeninger og andre aktører.



VIBORG
Foto © Frame & Work, VisitAarhus



EBELTOFT
Foto © Jesper Maagaard, VisitAarhus



KLIMATILPASNING I FORBINDELSE MED STRANDEN I SCHARBEUTZ
Foto © Lübecker Bucht/Olaf Malzahn



KLIMATILPASNING AF ROSKILDE HAVNEFRONT
Arkitekt: Cornelius Vöge
Ingeniør: Rambøll
Foto © Søren Harder Nielsen

Byerne og det stigende havvand

Den nyeste viden om globale havvandsstigninger skubber til et paradigmeskifte i forhold til, hvordan byerne møder havet i fremtiden. Derfor giver denne publikation inspiration til kystbyernes nødvendige planarbejde omkring den langsigtede byudvikling og klimatilpasning.

Realdania, 2024



KLIMATILPASNING MED ET KUNSTIGT KLITLANDSKAB I KATWIJK
Landskabsarkitekt: OKRA
Foto © Peter de Graaff

TILTAG 4.2
REKREATIV KLIMATILPASNING AF HAVNE- OG KYSTBYER

Kystbyerne på Jyllands Østkyst er vigtige adgangspunkter til både hav og byliv og rummer unikke potentialer for turisme, bosætning og lokal stedsudvikling. Byernes placering mellem vand, landskab og historiske bymiljøer skaber en særlig identitet, der både skal bevares og videreudvikles. Autentiske kystbyer skal være levende året rundt, hvor lokale og besøgende kan opleve nærvær, kvalitet og kultur i øjenhøjde.

Et afgørende fokus i udviklingen er at styrke forbindelsen mellem bymidten og havnen – uanset om det er en lystbådehavn, en erhvervshavn eller begge dele. Gode koblinger mellem byrum og vandkant kan skabe rekreative oplevelser, hvor gæsten føres naturligt mellem byens liv og maritime oplevelser. Her skal klimatilpasning indtænkes som en naturlig del af disse rum i byen, hvor grønne volde, hævede pladser eller fleksible zoner både beskytter og skaber nye opholdsrum tæt ved vandet.

Klimatilpasning i kystbyerne bør ikke blot sikre mod oversvømmelse og havvandsstigninger, men skal aktivt bidrage til at skabe nye byrum, der fungerer som både beskyttelse og attraktion. Når tekniske løsninger integreres æstetisk og rekreativt i bymiljøet, tilfører det byen nye kvaliteter og funktioner. Det kan skabe steder for ophold og aktivitet, samtidig med at det styrker oplevelsesmæssige tiltrækningskraft for både lokale og turister.

Det er afgørende, at klimatilpasning tænkes ind som en strategisk udviklingsmulighed i planlægningen og ikke blot som en teknisk nødvendighed. Ved at forene klimatilpasning med lokal identitet, lokalt særpræg og byliv, kan byerne styrke deres resiliens og attraktionskraft i samme greb.
I tråd med 10 %-turismeprincippet skal klimatilpasning bidrage til udviklingen af rekreative og turismerettede funktioner, som samtidig forbedrer hverdagslivet for borgere. Det handler om at skabe helhedsorienterede løsninger, hvor kystbyernes unikke karakter både bevares og bruges som afsæt for fremtidssikret vækst og kvalitet.

Handlinger:

- Kortlæg og planlæg de fysiske koblinger mellem bymidte, havn og vandkant. Hav fokus på adgangsforhold, forbindelser, sigtelinjer, funktionel sammenhæng og stedets karakter. Inddrag både rekreative og erhvervsmæssige funktioner i planlægningen.
- Udform klimatilpasning som integrerede byrum og landskaber med rekreativ og stedsspecifik karakter. Når tekniske løsninger kobles med æstetik og opholdsværdi, beskytter de og tilfører byen kvalitet. Særligt i kystnære områder kan det styrke byliv, helårsturisme og identitet.
- Frem planlægningsværktøjer, der muliggør midlertidige og permanente funktioner i havneområder – fx maritime håndværk, lokale fødevaremarkeder, events eller kulturelle formidlingssteder.
- Transformer og skab funktionel og indholdsmæssig diversitet, som kan bidrage til nyt liv på havnearealerne og i bygningerne.

Hvem: Kommunerne skal sikre planmæssige forhold, som skaber grundlag for private investeringer og fondsmidler. Forsyningsselskaberne skal have opmærksomhed på at udvikle klimatilpasningsprojekter rekreativt og indgå dialog med private lodsejere omkring omlægning af arealer, hvor det giver både teknisk og rekreativ værdi.
I Aarhus Kommune skal faciliteter og anlæg til rekreative aktiviteter tænkes ind i Kystplanen.

INDSATSOMRÅDE 5

KULTUR OG ATTRAKTIONER

Kulturturismen kan bidrage til at forlænge sæsonen, da en stor andel af kulturtilbuddene er aktuelle året rundt. For at understøtte dette skal kulturtilbuddene fokusere på at skabe kommercielle aktiviteter, der henvender sig til gæsterne, samtidig med at der sikres høj kvalitet i både produkt og service. Kulturtilbuddene kan således være som et trækplaster for nationale og internationale gæster og øge omsætningen til gavn for lokalsamfundet, turismeerhvervet, kulturinstitutionerne og kulturaktører.

Der skal ligeledes arbejdes på at dyrke den stedbundne identitet som løftestang for attraktionskraften i et givent område for herved at differentiere destinationerne fra hinanden. Det kræver koordinerede investeringer i faciliteter og produkter af høj kvalitet, samt en målrettet tilrettelæggelse af wayfinding og formidling. Dette skal sikre den nødvendige synergieffekt, der kan øge attraktionsværdien af kulturhistorien og dermed bidrage til øget turismeomsætning.

De stærke attraktioner er vigtige for områdets samlede værditilbud. De medvirker til valg af feriested tæt på attraktionen og tiltrækker dertil en stor gruppe dagsgæster fra andre kommuner. Det samlede udbud af attraktioner er stort og rummer både forlystelsesanlæg, kulturelle oplevelser og kulturhistorie.

Stærkere samarbejder og en sammentænkning af investeringer skal styrke kendskabet, fremme lokal stolthed og tiltrække yderligere investeringer. Samlet set skal dette skabe langsigtet værdiskabelse mellem kulturtilbud, lokalsamfund og turisme.

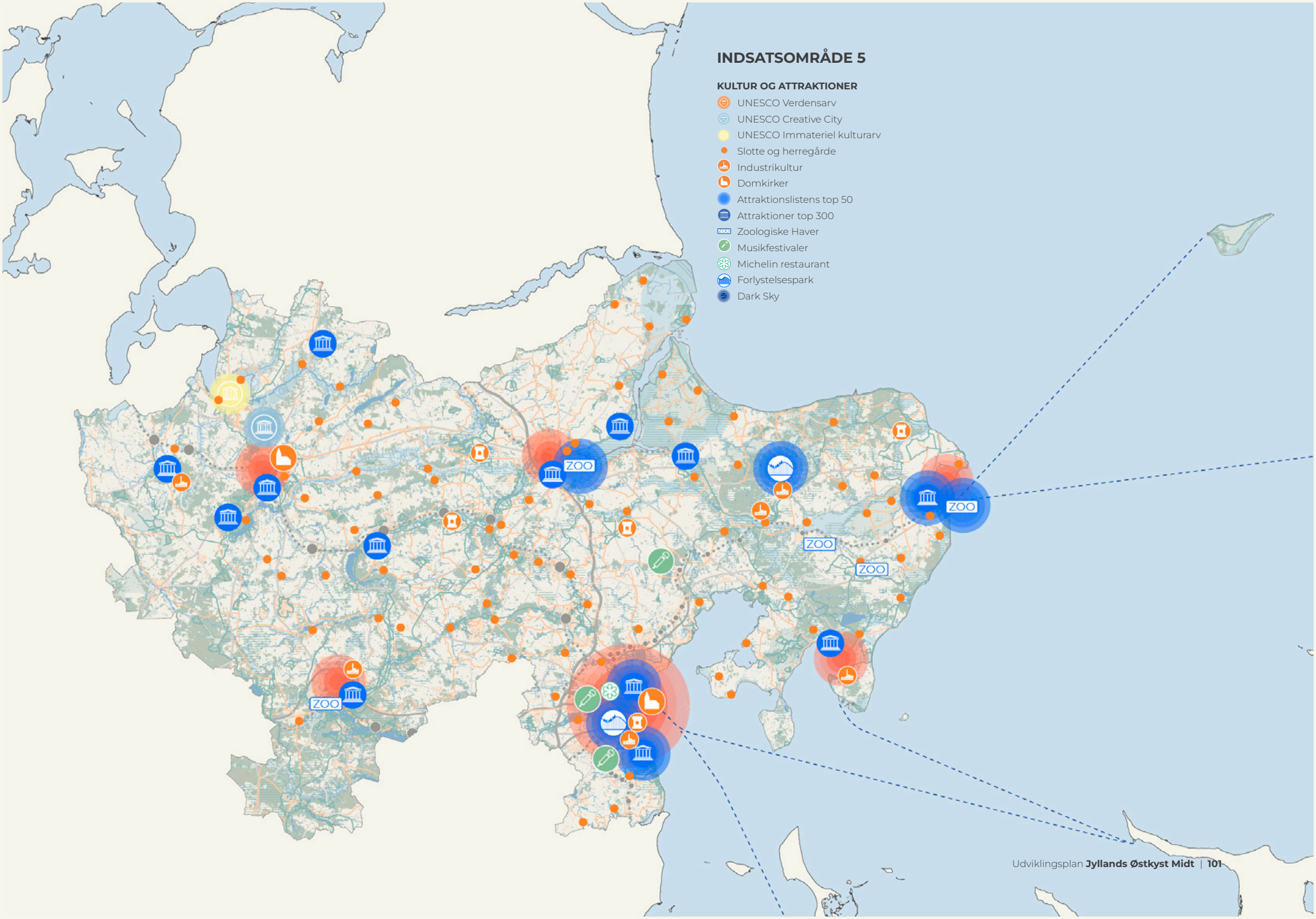
Dansk Kyst og Naturturisme sætter med *Handlingsplan for udvikling af kulturturisme i kyst- og naturturismen* (2024) fokus på kyst- og naturturisternes forbrug af kulturoplevelser. Handlingsplanen udpeger fire indsatser, der omfatter vilkår for langsigtet udvikling, udvikling af kulturtilbud med international gennemslagskraft, datadrevet forretningsudvikling samt opbygning af stedbundne værditilbud. For mere end halvdelen af kyst- og naturturister er kulturoplevelser i bred forstand en medvirkende årsag til at holde ferie i Danmark. For kommunerne i Aarhusregionen, uden Aarhus Kommune, tegner turisters forbrug af kultur og forlystelser sig for 383 mio. kr., og der er potentiale for mere.

TILTAG

5.1 EVENTS OG FESTIVALER

5.2 KULTURARV

5.3 STÆRKE ATTRAKTIONER


INDSATSOMRÅDE 5
KULTUR OG ATTRAKTIONER
UNESCO Verdensarv
UNESCO Creative City
UNESCO Immateriel kulturarv
Slotte og herregårde
Industrikultur
Domkirker
Attraktionslistens top 50
Attraktioner top 300
Zoologiske Haver
Musikfestivaler
Michelin restaurant
Forlystelsespark
Dark Sky
ZOO
ZOO
ZOO
ZOO
ZOO



SPOT FESTIVAL, AARHUS
Foto © Tricia Yourkevich, VisitAarhus

TILTAG 5.1
EVENTS OG FESTIVALER

Festivaler og events spiller en central rolle i at fremme turisme ved at tiltrække besøgende fra både nærområder og udlandet. De skaber unikke oplevelser, som ikke kun appellerer til turister, men også til lokale beboere, hvilket øger den økonomiske aktivitet i værtsbyen. Gennem markedsføring og medieopmærksomhed kan festivaler tiltrække store målgrupper og et større opland, der ellers ikke ville have besøgt destinationen. Turisterne bruger penge på indkvartering, mad og transport, hvilket styrker den lokale økonomi. Samtidig giver festivaler mulighed for at fremvise lokal kultur og traditioner, hvilket kan øge regionens internationale synlighed og appel.

Events med fokus på sport såsom fx ridesport, cykelsport og sejlads spiller en betydelig rolle, idet de tiltrækker mange gæster - både deltagere og tilskuere - der overnatter, spiser og handler i området

Udvidelse kan ske ved at forlænge eventen over flere dage eller ved at øge publikumsantallet, eller der kan gennemføres relaterede mindre events på forskellige tidspunkter over året.

Handlinger:

- Indtænk turisme i drift og udviklingsplaner for kulturinstitutionerne, så de helårsåbne kulturinstitutioner bidrager til at skabe mere helårsturisme i byer og opland. Festivaler og skiftende udstillinger kan være med til at skabe denne opmærksomhed.
- Planlæg stærke signatur-events og -festivaler - fx outdoorrelateret i Jyllands Grønne Hjerte - med det strategiske sigte at øge tiltrækningskraften på tidspunkter med ledig overnatningskapacitet.
- Integrer lokale stedbundne elementer i programmet, som gastronomi og andre tillægsoplevelser. Samarbejd med overnatningssteder, spisesteder og producenter, sådan at den lokale økonomi styrkes, og aktiviteten opnår et stærkt lokalt funderet brand.

Hvem: Kommunerne har en opgave i at sætte fokus på turisme i forbindelse med driftstilskud til kulturinstitutioner. VisitAarhus har en opgave vedrørende samarbejde om udnyttelse af overnatningskapacitet i forbindelse med større arrangementer. Kommunerne har en opgave i at understøtte foreningsbaserede og frivilligdrevne initiativer. VisitAarhus har en opgave i at understøtte planlægning og afvikling af events og festivaler

TILTAG 5.2
KULTURARV

Byer og landskaber indeholder mange kulturhistoriske spor, som er med til at give stederne deres særlige karakter og identitet. I byerne vidner gadernes forløb, torve og markante bygninger såsom gamle rådhuse om byens tilblivelse gennem den lokale kulturhistorie.

Tinghuse, industribygninger eller havneanlæg bærer vidnesbyrd om tidligere tider, og det er med til at give byen sin særlige karakter og tilbyder unikke, mindeværdige bidrag til turisternes fotoalbum.

Det samme er tilfældet med de landskaber og kulturelle spor, som er placeret et sted af en særlig grund, fx broer, jernbanespor, møller, slotte, herregårde, vandmøller og borgruiner, der alle udgør en fortælling om udviklingen af Jyllands Østkyst.

Disse anlæg og bygninger vidner om Danmarks industri-, landbrugs- og kulturhistorie, og hvor det er muligt og meningsfuldt bør denne fortælling formidles i skiltning, for at øge oplevelsesværdien på stedet - samt ikke mindst at bidrage til at skabe identitet og værdi for områdets borgere.

Handlinger:

- Bevar og fremhæv kulturhistoriske spor i landskabet og kobl disse sammen i den rekreative infrastruktur.
- Skab identitet ved at formidle stedets kulturhistorie via wayfinding, der fortæller om byens arkitektur, industri og handelsliv gennem tiderne. Wayfinding skal indrettes således, at den også bidrager til at turister får adgang til at finde og købe oplevelserne i byerne.
- Bevar og fremhæv kulturhistoriske spor i landskabet. Tilknyt fysisk og digital formidling til jernbanespor, vejnavne og landskabsmæssige og kulturhistoriske træk samt bygningsværker, der har haft betydning for området.

Hvem: Kommunerne formidler udvalgte steder og bygninger i byer og landskab blandt andet på baggrund af registrering af bevaringsværdige bygninger. VisitAarhus bidrager med prioriteringer og den samlede fortælling i samarbejde med de pågældende kulturinstitutioner. VisitAarhus har en opgave i at formidle kulturarv som en del af den samlede fortælling.



VIBORG DOMKIRKE
Foto © Frame & Works, VisitAarhus



CLAUSHOLM SLOT
Foto © Frame & Work



MALTFABRIKKEN
Foto © Frame & Work, VisitAarhus



DJURS SOMMERLAND
Foto © Djurs Sommerland, VisitAarhus

TILTAG 5.3
STÆRKE ATTRAKTIONER

Attraktioner udgør en væsentlig drivkraft for turismen og spiller en afgørende rolle i at tiltrække besøgende og skabe unikke oplevelser. Attraktionerne tiltrækker feriegæster til destinationen og tiltrækker desuden mange dagsgæster fra de omkringliggende feriesteder.

Stærke attraktioner omfatter forlystelsesparker - som Djurs Sommerland og Tivoli Friheden, der begge er blandt de ti mest besøgte attraktioner i Danmark, museer - som Den Gamle By Danmarks Købstadsmuseum og ARoS, Aarhus Kunstmuseum, der begge er blandt de ti mest besøgte museer i Danmark - samt zoologiske haver og akvarier - som Randers Regnskov og Kattegatcentret, der begge er blandt de mest besøgte i denne kategori.

Aarhusregionen rummer alle typer af attraktioner af høj kvalitet og rammer dermed også meget bredt i forhold til målgrupper. Her er attraktioner for såvel børnefamilier og voksne uden medrejsende børn, og her er attraktioner, som tiltrækker både områdets borgere og turister fra resten af Danmark og fra udlandet.

De stærke attraktioner skal udvikles og tilpasses for at øge deres relevans året rundt fx gennem sæsonrelevante aktiviteter og udstillinger, der kan bidrage til bedre belægning uden for sommersæsonen.

Handlinger:

- Understøt helårsbesøg ved at udvikle sæsonforlængende initiativer eller enkeltstående arrangementer såsom tematiserede events, lysinstallationer og interaktive oplevelser, der aktiverer attraktionerne uden for højsæsonen.
- Styrk samarbejdet mellem attraktioner, kulturinstitutioner og turismeaktører for at skabe stærke sammenhængende oplevelser, der øger områdets attraktionsværdi og turismeomsætning
- Understøt attraktionerne, så de har mulighed for udvikling og tilpasning i tråd med markedets efterspørgsel.

Hvem: VisitAarhus har en rolle i forbindelse med etablering af samarbejde samt for prioritering af kommunikation og kampagner sammen med de stærke attraktioner. Kommunerne har en rolle i forhold til at støtte attraktioner og frivillige initiativer med målrettede tilskud. Kommunerne har en opgave i, at den fysiske planlægning sikrer udviklingsmuligheder for eksisterende attraktioner.

INDSATSOMRÅDE 6

KYST, NATUR OG OUTDOOR

Naturen er en af de vigtigste attraktioner for turister. Derfor skal et fokus være rettet mod at styrke de særegne og autentiske naturoplevelser, som Aarhusregionen tilbyder – både til lands og til vands.

Oplevelser i naturen skal fremmes gennem udvikling af rekreative sammenhængende forbindelser og attraktive faciliteter til outdoorturisme og friluftsliv. Udviklingen af naturoplevelser bør koncentreres om områder med høj rekreativ værdi og ske med det formål at både benytte og beskytte naturen. I udviklingen skal der være fokus på at sikre et samlet kvalitetsløft, der skal bidrage til en forbedret naturoplevelse til fordel for både turister, lokalsamfundet og miljøet.

For at sikre varige og autentiske naturoplevelser skal planlægningen tage udgangspunkt i naturens bæreevne, herunder dens sårbarhed og robusthed. Arealplanlægning skal tænkes sammenhængende for at skabe synergier, så udviklingen af naturoplevelser sker med omtanke for både eksisterende og fremtidige naturområder. Dette omfatter også, at rekreative tiltag koordineres med investeringer i nye naturarealer og genopretning af naturområder – fx skovrejsning, omdannelse af lavbundsarealer til naturområder samt klimatilpasning. Endelig skal rekreative tiltag, der understøtter outdoorturisme og friluftsliv, kunne sameksistere med naturinteresser, hvorfor det er afgørende, at der investeres mere i naturen, når brugen af den øges.

Udviklingen bør ske med fokus på den samlede værdikæde og på at styrke turismen i flere sæsoner. Dette omfatter en udbygning af faciliteter og anlæg, der kan understøtte såvel den almene rekreative brug som den kommercielle anvendelse, der kan understøtte attraktive naturoplevelser året rundt.

Vandkvaliteten er i mange områder langs Jyllands Østkyst under pres. Den har stor betydning for benyttelsen af de kystnære områder og dermed deres rekreative kvaliteter, ikke mindst kvaliteten af badevand. Den milde kyst og roen ved de indre søer og åer skal skabe grundlag for en nænsom tilgang til udviklingen af outdoorturismen.

Endelig kræver udviklingen af kyst, natur og outdoor en langsigtet og koordineret indsats mellem forskellige parter fra både lodsejere, lokale aktører og kommune. Med brug af data fra undersøgelser og sensorer kan indsatser reguleres løbende og justeres.

TILTAG

6.1 ANKOMSTPUNKTER OG GATEWAYS TIL KYST, NATUR OG OUTDOOR

6.2 STRAND, KYST OG FJORD

6.3 SAMMENHÆNGENDE REKREATIV INFRASTRUKTUR


INDSATSOMRÅDE 6
KYST, NATUR OG OUTDOOR
Naturområde (Nationalpark, Naturnationalpark, Naturpark, Danmarks Naturkanon, Marin naturpark)
Naturområder, afgrænsning
Badestrande m. blå flag
Nationale cykelruter
Øvrige cykelruter
Vandreruter længere end 20 km
Øvrige vandreruter
Hærvejens vandrerute
Hærvejens cykelrute
Pilotnaturpark
Flyndersø - Sønder Lem Vig
Naturnationalpark
Fussingø
Naturpark
Randers Fjord
Nationalpark
Mols Bjerge
Naturnationalpark
Kompedal
Naturnationalpark
Mols Bjerge
Danmarks Naturkanon
Jernhatten og Mols Bjerge

TILTAG 6.1
ANKOMSTPUNKTER OG GATEWAYS TIL KYST, NATUR OG OUTDOOR

At skabe gateways og ankomstpunkter i naturen kræver en balanceret tilgang, hvor både adgang, formidling, beskyttelse af naturen og gæstens oplevelse tages i betragtning. Gateways fungerer som større indgange til naturområder, mens ankomstpunkter er supplementer hertil. Tilsammen udgør de gæstens første møde med naturen og spiller derfor en central rolle i at sikre, at naturen bevares, samtidig med at turismen skaber positive økonomiske og oplevelsesmæssige resultater.

Gateways og ankomstpunkter skal være tilgængelige for flere brugergrupper, formidle natur- og kulturværdier, sikre beskyttelsen af naturen – bl.a. gennem nudging – og endvidere være godt forbundet til det omkringliggende infrastrukturelle netværk, gerne med adgang til offentlig transport. De skal give en meningsfuld første oplevelse af naturen og samtidig sørge for, at den bliver beskyttet, værdsat og vedligeholdt. Gateways kan også rumme kommercielle tilbud såsom en café, isbod eller lignende.

Placeringen af gateways og ankomstpunkter bør ske på steder, der kan tåle både slitage og hvor der er plads til relevante faciliteter. Samtidig skal de placeres, hvor de giver umiddelbar adgang til unikke naturoplevelser. De bør være strategisk placeret, gerne hvor der i forvejen er aktivitet og naturlige knudepunkter samt udført med høj arkitektonisk kvalitet, med nænsomme greb og tilpasset det konkrete sted. Desuden kan det være en fordel at implementere overvågning af trafik og aktiviteter ved gateways, så tiltag løbende kan tilpasses for at styrke både benyttelse og beskyttelse.

Endelig er det vigtigt at inddrage lokalsamfundet for at sikre langsigtet succes.

Handlinger:

- Etabler ankomstpunkter og gateways med parkeringspladser, servicebygning, formidling om stedet mv., der skaber et naturligt udgangspunkt for oplevelser i landskabet. Ankomstpunkter skal placeres strategisk med hensyn til offentlig transport.
- Indtænk turisme fra starten, når ny natur etableres, sådan at fx reetablering af vådområder, skove, søer også inviterer til outdoor-oplevelser og friluftsliv.
- Understøt kommercielle aktiviteter i landzone fx kommerciel naturnær overnatning i nærheden af prioriterede natur- og outdooroområder fx langs med Hærvejen
- Planlæg og invester i rekreativ infrastruktur og friluftsfaciliteter som udsigtstårne, shelters, bænke, ridestier, cykelspor og formilingspunkter med udgangspunkt i det lokale aktive friluftsliv og på de robuste steder, der kan bære trafik og også danne grundlag for kommercielle oplevelsesprodukter.

Hvem: Kommunerne i samarbejde med lodsejere udpeger natur- og outdooroområder og etablerer infrastruktur fx i forbindelse med vand- og naturparkplaner. Kommuner og øvrige aktører i etablerede samarbejdsfora som Gudenåsamarbejdet, Nationalpark Mols Bjerge og Naturparker. Herunder dialog med relevante fonde. Destinationsselskabet har en rolle i at understøtte turismeerhvervet samt markedsføring af outdoorproduktet.

GATEWAYS

Gateways er større indgange til et naturområde. Her er der bl.a. service-faciliteter, parkeringsmuligheder og information om og formidling af området. Gateways gør det nemmere at være gæst – også for folk, der ikke kender området i forvejen - og giver samlet set en bedre oplevelse for både turister, lokalsamfund og er til gavn for naturen.

ANKOMSTPUNKTER

Ankomstpunkter er – som gateways – også indgange til et naturområde. Ankomstpunkter fungerer som supplement til gateways, men er mindre og indeholder færre faciliteter. Ankomstpunkter, kan også udgøres af anløbspunkter, der giver adgang til rekreative aktiviteter på vand og kan skabe forbindelse mellem ruter på land og på tværs af fjord eller sø.

Uddrag fra *Længe leve landskabet*, Dansk Kyst og Naturturisme, 2024



GULFOSS BESØGSCENTER, ISLAND
Foto © Dansk Kyst- og Naturturisme



FORENINGSSTIEN, KLITMØLLER
Landskabsarkitekt: flak
Foto © Mette Johnsen

TILTAG 6.2
STRAND, KYST OG FJORD

Kysterne og strandene er måske de allervigtigste udflugtsmål for feriehus- og campinggæster og for sejlere, og vandkvaliteten er afgørende for, at det fortsat kan være sådan. Flere steder, og særligt Randers Fjord, er plaget af dårlig vandkvalitet, der betyder, at lystfiskeri er udfordret, og samtidig indbyder det ikke til vandaktiviteter. Hensyn til vandkvaliteten i åer, fjorde og havet er et vigtigt hensyn til turismen, som vandplaner og anden tilsvarende planlægning har for øje.

Det kan være værdifuldt at prioritere strande i et område og benytte mærkningsordninger som ramme for udvikling og vedligehold af stederne, herunder pleje af strandene og faciliteter i forbindelse med badestrande. Mærkningsordninger som Blå Flag og Badepunkt er relevante og sætter begge fokus på badeoplevelsen og kan benyttes som rettesnor for udpegning af badestrande og udbygning af relevant service, sikkerhed og faciliteter. Nogle strande ligger bynært og har let adgang til handel og services, mens det andre steder kan være relevant at skabe plads for dette på eller i tilknytning til badestranden.

Lystbådehavnene er et væsentligt koblingspunkt mellem land og vand og bademuligheder i tilknytning til lystbådehavnene er meget attraktivt. En badebro eller -ponton giver mulighed for både at tilgodese sejlere og byens borgere og turister.

Handlinger:

- Prioritér strandene og indfør konsekvent mærkninger som Blå Flag og Badepunkt på udvalgte badestrande. Det signalerer høj kvalitet, sikkerhed og faciliteter og tiltrækker turister, da det garanterer et rent og trygt miljø.
- Planlæg strandbrug med zonering, hvor bynære strande kan bruges til events, udstillinger og koncerter. Zonering minimerer miljøpåvirkning og skaber en bedre oplevelse for alle strandgæster.
- Understøt vandsportsaktiviteter og forbindelser mellem land og vand via fx badebroer, som tydeliggør mulighederne og skaber nye oplevelser. Etabler faciliteter til badning i forbindelse med lystbådehavne.
- Prioritér høj vandkvalitet og integrér turisme i vandmiljøplaner. Rent vand giver gode oplevelser, mens dårlig kvalitet kan skade turismen og det lokale erhvervsliv.

Hvem: Kommuner prioriterer strande i samarbejde med VisitAarhus. Kommuner i forbindelse med Grøn Trepart

Byudvikling og blå biodiversitet

Kataloget samler op og skaber kendskab til eksisterende viden om afprøvede metoder og virkemidler, der kan bidrage til en mere natur- og biodiversitetsvenlig byudvikling nær kysten – med særlig vægt på omdannelse af havneområder.

Habitats og Bygherreforeningen, 2021



SLETTERHAGE FYR
Foto © Jakob Vingtoft, VisitAarhus

TILTAG 6.3
SAMMENHÆNGENDE REKREATIV INFRASTRUKTUR

Rekreativ infrastruktur er en nøglekomponent i udviklingen af bæredygtig turisme og attraktive levevilkår på Jyllands Østkyst. De grønne og blå forbindelser skaber adgang til landskaber, oplevelser og byrum og forbinder det daglige liv med turismen. Samtidig bidrager de til mobilitet, sundhed og lokal stedsudvikling.

Planlægningen af den rekreative infrastruktur skal ske helhedsorienteret og på tværs af kommunegrænser. Det kræver en strategisk tilgang, hvor ruter og støttepunkter ikke blot anlægges som forbindelser, men som oplevelsesrige forløb i landskabet, med en tydelig identitet og funktionel kvalitet. Natur, kultur og lokale fortællinger skal integreres i udformningen og formidlingen af den rekreative infrastruktur.

Gudenåsamarbejdet og Hærvejssekretariatet er eksempler på stærke tværkommunale samarbejder, der gør, at vandre- og cykelstier kan løftes fra lokale stier til egentlige oplevelsesprodukter. Både Trækstien og Hærvejen har med sin udstrækning, tydelige identitet, gode afmærkning og identitetsskabende faciliteter potentiale til at blive feriemål i sig selv.

Der skal i den sammenhæng planlægges og investeres i friluftsfaciliteter som udsigtstårne, shelters, bænke, ridestier, cykelstier og formidlingspunkter med udgangspunkt i det lokale aktive friluftsliv og på de robuste steder, der kan bære trafik og også danne grundlag for kommercielle oplevelsesprodukter. Gennemtænkte og strategisk placerede faciliteter kan være med til at skabe mere outdoorturisme og flere rekreative oplevelser for turister og borgere, samtidig med at sårbar natur beskyttes og formidles, således at der skabes større forståelse og respekt for den natur, der danner rammen for de rekreative oplevelser.

Udviklingen skal understøtte både hverdagsbrugere og besøgende, og samtidig skabe lokal værdi. Derfor er det vigtigt, at investeringer i rekreativ infrastruktur også bidrager til by- og landsbyudvikling, adgang til detailhandel, services og kulturelle tilbud. Dette kræver, at forbindelserne planlægges som koblinger mellem natur og by samt mellem hverdag og oplevelse. I denne forbindelse skal der også være fokus på udvikling af tilbud for både cykel- og vandreturisme. Her skal der lægges vægt på, kvalitet og stedbundne oplevelser, hvor de tilbudte ruter er attraktive, robuste og tilgængelige hele året. Det er vigtigt, at de forskellige discipliner indenfor respektive grupper imødekommes målrettet, fx vil MTB-, gravel-, landevejscyklister og bikepackere alle have forskellige ønsker og krav til udbuddet af ruter, faciliteter, tilbud og oplevelser.

Der skal arbejdes målrettet med en styrkelse og certificering af eksisterende ruter, så de opfylder både nationale og internationale standarder. Samtidig skal nye strækninger og forbindelser planlægges, hvor der er potentiale for at skabe stærke sammenhænge mellem attraktioner, overnatningstilbud og lokale kraftcentre.

En stærk rekreativ infrastruktur er ikke blot et tilbud til turister – det er en investering i attraktive, sammenhængende og bæredygtige steder at bo, besøge og bevæge sig i.

Handlinger:

- Styrk tværkommunale og nationale samarbejder om rekreativ infrastruktur for at løfte lokale stier til synlige og sammenhængende oplevelsesprodukter.
- Digitalisér den rekreative infrastruktur i GeoFA, så data bliver tilgængelige for aktører og kan bruges i planlægning, formidlingog kort.
- Udnyt Grøn trepart til at etablere endnu flere og bedre sammenhænge mellem rekreative områder og skab nye forbindelser, der får flere borgere og turister ud i naturen.
- Brug rekreativ infrastruktur til at forbinde trafikale knudepunkter som stationer, busruter og p-pladser med landskabet, fx gennem et knudepunktsystem, der skaber et mere fleksibelt anvendelse.

Hvem: Kommunerne, sammen og hver for sig, på Jyllands Østkyst i samarbejde med Danmarks Naturstier, Gudenåsamarbejdet og Udvikling Hærvejen. Kommunerne i forbindelse med Grøn Trepart.



SILKEBORG
Foto © Michael Berg, VisitAarhus

INDSATSOMRÅDE 7

SAMMENHÆNGSKRAFT

Udviklingsplan Midt er en af tre udviklingsplaner, der tilsammen dækker Jyllands Østkyst. Implementeringen af planen kræver et bredt samarbejde mellem de 23 kommuner og seks destinationsselskaber. Samarbejdet skal styrke sammenhængskraften for den samlede destination og udviklingen af turismen i retning af de ambitiøse mål.

De mødefora, der blev etableret i forbindelse med tilblivelsen af udviklingsplanerne, skal videreføres i en form og frekvens, der sikrer løbende dialog, vidensdeling og mulighed for at planlægge fælles indsatsområder med behov for politisk opmærksomhed. Mødeforaene spænder fra internt samarbejde om turismefokus i den enkelte kommune til tværkommunale møder på administrativt og politisk niveau, samt lokale møder mellem kommuner og destinationsselskaber – og fælles møder på tværs af hele Jyllands Østkyst.

I den samlede geografi findes flere emner, der kræver fælles indsatser og samarbejde mellem kommuner, destinationsselskaber og på tværs. En af de fælles udfordringer er den dårlige vandkvalitet, især i fjordene. Vandet er et afgørende trækplaster for turismen, og dårlig kvalitet forringer de rekreative muligheder. Vandrammedirektivet, der blev vedtaget i 2000, spiller i denne sammenhæng en vigtig rolle i beskyttelsen og forbedringen af vandmiljøet.

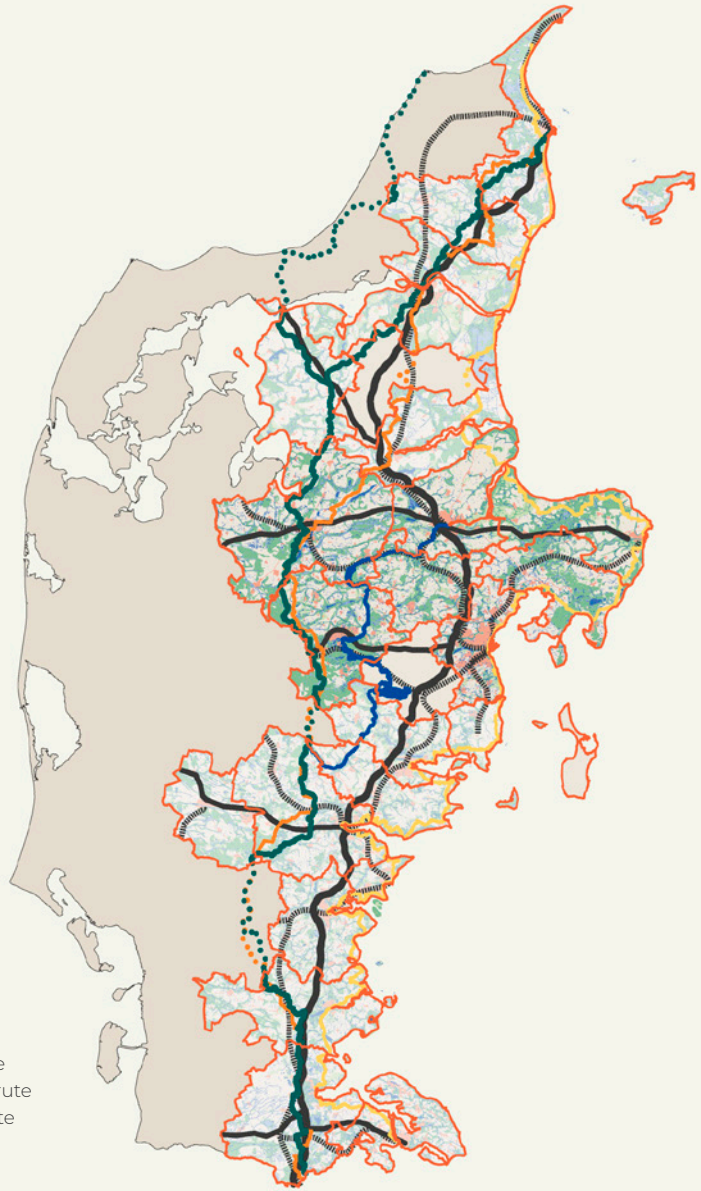
Desuden står det danske landskab over for en omstilling. I dag består ca. 60 % af det danske landskab af landbrugsland, men med planer om mere natur og lavere CO_2-udledning – bl.a. gennem Den Grønne Trepart, eksempelvis via etablering af ny skov og udtagning af lavbundsjorde – vil det danske landskabsbillede ændre sig. Samtidig fører klimaforandringer til mere vand – i form af stigende havvand, grundvand og øget nedbør – hvilket samlet skaber udfordringer både ved kysterne og i lavtliggende områder. I relation til alle tre emner er tværfaglige samarbejder afgørende, da der netop i samarbejdet opstår muligheder for at skabe merværdi ved at planlægge og sikre anlæg af rekreative faciliteter, der gavner både borgere og gæster.

Endelig er der behov for at fremme grøn mobilitet og kollektiv transport. I turismesammenhæng udgør transport det største klimaaftryk. Det er derfor nødvendigt med grønne mobilitetsløsninger til gavn for turister, borgere og arbejdsstyrke. Kollektiv trafik skal være et reelt alternativ. Set samlet udgør Jyllands Østkysts kollektive infrastruktur med jernbanen som rygrad et stærkt netværk mellem byerne. Men afstanden fra byerne til feriesteder kan være svær at overkomme med kollektiv trafik. Samtidig foretrækker størstedelen af turisterne bilen som transportmiddel til feriestedet og under ferieopholdet. At fremme grønnere mobilitet blandt turister kræver derfor en række forskellige initiativer i forhold til både mental og fysisk omstilling.

TILTAG

7.1 STORE DAGSORDNER

7.2 TVÆRGÅENDE SAMARBEJDER





ØSTKYSTSAMLING

Foto © LÆBLAND

TILTAG 7.1
STORE DAGSORDNER

De store grønne og blå dagsordener – som naturforbedring, klimatilpasning og vandkvalitet – rummer et fælles ansvar og en fælles mulighed. De udfordringer og potentialer, der knytter sig til naturens sammenhænge, det stigende havvand og de kystnære vandmiljøer, kan ikke løses af én kommune alene. Naturen og vandet kender ikke administrative grænser, og derfor kræver det langsigtede, koordinerede og ambitiøse samarbejder på tværs af kommunegrænser.

Klimatilpasning i kystnære byområder kræver helhedstænkning og fælles planlægningsprincipper. Havvand, skybrud og stormflod skal ikke blot imødegås teknisk, men med multifunktionelle løsninger, som integreres i byens form og landskab. Det kan være grønne volde, klimatilpassede byrum, fleksible zoner eller hævede promenader, der både beskytter og skaber steder for ophold og oplevelser. Når flere kommuner arbejder ud fra samme principper og deler data, modeller og løsninger, skabes der robusthed, træfsikkerhed og merværdi.

Det er samtidig afgørende at fremme vandkvaliteten og den blå biodiversitet. Fælles indsatser kan målrettes regnvandshåndtering, reduceret forurening, genåbning af vandløb og udvikling af blå-grønne strukturer med høj rekreativ og økologisk værdi. Det skaber nye levesteder, forbindelser og identitetsskabende elementer i overgangene mellem by og natur – og muliggør samtidig, at vandet bliver indbydende med rekreative kvaliteter.

Indsatser for ny natur, forbedring af eksisterende natur og naturgenopretning skal tage afsæt i et samlet landskabsperspektiv. Det handler om at skabe større sammenhæng mellem naturarealer, udvide arealerne og øge naturkvaliteten ved at sikre bedre økologiske tilstande. Samtidig giver det mulighed for at skabe flere rekreative aktiviteter og formidling i landskabet. Ved at koordinere arealanvendelse og investeringer skabes effektfulde løsninger, som beskytter naturområder og samtidig sikrer adgang og tilgængelighed.

Disse dagsordener rækker ud over kommunegrænser – og realiseres bedst gennem samarbejde. Når kommuner samler ressourcer og viden om mål, data, finansiering og fysisk planlægning, styrkes muligheden for en mere sammenhængende, robust og attraktiv geografi. En geografi, hvor naturen får mere plads, hvor byen håndterer vand med omtanke – og hvor grønne og blå ressourcer bidrager til livskvalitet, turisme og fremtidssikret udvikling.

Handlinger:

- Skab formelle samarbejder på tværs af kommunegrænser for at koordinere indsatser inden for natur, klima og vand med henblik på at tilføje 10% turisme.
- Styrk infrastruktur der binder sammen og støtter turistens grønne rejse. Integrér adgange og formidlingstiltag i naturprojekter, så de styrker biodiversitet samt turisters og borgeres adgang til naturen.
- Del data og modeller på tværs af kommuner. Udarbejd fælles vidensgrundlag og planlægningsprincipper for klimatilpasning og naturbaserede løsninger, der kan anvendes tværkommunalt i hele geografien.
- Del administrationsgrundlag for planlægning for turisme fx for autocampere, naturnær overnatningskapacitet og GeoFA.

Hvem: Kommunerne har opgaven med at løfte det tværkommunale samarbejde. Destinationsselskaberne har en rolle med at fastholde samarbejdets fokus på udvikling af turisme.



AVNSØ
Foto © Helene Asp Møller, VisitAarhus

TILTAG 7.2
TVÆRGÅENDE SAMARBEJDER

Udviklingsplan Midt er en plan, der realiseres i samarbejde med resten af Jyllands Østkyst. Alle seks destinationsselskaber og alle 23 kommuner må samarbejde for at udvikle Jyllands Østkyst som et godt sted at bo og et godt sted at besøge.

Kommuner og destinationsselskaber kan for eksempel mødes til en årlig turismekonference, hvor der gøres status på udviklingsplanens tiltag. På turismekonferencen vil fagpersoner fra kommuner og destinationsselskaber kunne debattere og beslutte de indsatser, der skal til for at realisere udviklingsplanens fælles mål.

Kommunerne må samarbejde både administrativt og politisk for at løfte større politiske agendaer, som har afgørende betydning for bæredygtig udvikling af turismen. På det administrative plan gælder det fx emner som klimasikring og infrastruktur, mens det på det politiske plan er en klar styrke, at kommunerne på Jyllands Østkyst taler med samlet stemme og forhandler fx rammebetingelser og Grøn Trepart.

Også internt i kommunerne må forvaltninger samarbejde for at skabe de bedste rammer for udvikling af turisme. En turismepolitisk redegørelse samler de turismepolitiske overvejelser om udvikling af turismen i kommunen set i forhold til *Udviklingsplan Midt*.

Handlinger:

- Udarbejd turismepolitisk redegørelse i kommunen og tænk (mindst) 10 % turisme ind i alle forvaltningsgrenes planer.
- Øg samarbejde vedrørende forvaltning af administrationsgrundlag, love, regler og rammer vedrørende turisme og overnatning i landzone. Etabler samarbejde, vidensbank og erfaringsudveksling vedrørende forvaltning af regler omkring campingreglementet.
- Styrk samarbejde om tværgående oplevelsesprodukter ligesom Hærvejen.
- Afhold fælles årlig turismekonference for opfølgning på implementering af udviklingsplanerne.
- Etabler erhvervsturismesamarbejde, der inddrager de væsentlige aktører for erhvervsturisme - venues, overnatning og transport på Jyllands Østkyst. Kortlæg potentiale og kapacitetsbehov for erhvervsturisme på Jyllands Østkyst.

Hvem: Det er kommunernes opgave at udarbejde turismepolitisk redegørelse i dialog med destinationsselskab. Kommunerne må etablere temabaserede adhoc samarbejder. Destinationsselskaberne har en opgave i forhold til en eventuel turismekonference og udvikling af turisme på tværs af destinationer.



MOLS BJERGE
Foto © Jakob Vingtoft, VisitAarhus



UDVIKLINGSPLAN MIDT
JYLLANDS ØSTKYST

EN SAMLET BÆREDYGTIG TURISMEUDVIKLING FREM MOD 2030